

Государственный контракт № 01951000003210000130001

на выполнение научно-исследовательской работы по теме: «Разработка методических рекомендаций по развитию и совершенствованию проведения общественно просветительской кампании «Здоровье, Ответственность, Труд», направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе, алгоритма внедрения результатов» субъектами малого предпринимательства, социально ориентированными некоммерческими организациями

г. Москва

20 июля 2021 г.

От имени Российской Федерации Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации, именуемое в дальнейшем «Заказчик», в лице первого заместителя Министра труда и социальной защиты Российской Федерации Вовченко Алексея Витальевича, действующего на основании приказа Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 2 ноября 2020 года № 766, с одной стороны, и Общество с ограниченной ответственностью «Агентство гуманитарных технологий», именуемое в дальнейшем «Исполнитель», в лице генерального директора Большедворской Ирины Юрьевны, действующего на основании Устава, с другой стороны, совместно именуемые в дальнейшем «Стороны», руководствуясь протоколом заседания Единой комиссии по осуществлению закупок Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 2 июля 2021 года № 3/0195100000321000013 принятому по результатам проведения открытого конкурса в электронной форме на право заключения государственного контракта на выполнение научно-исследовательской работы по теме: «Разработка методических рекомендаций по развитию и совершенствованию проведения общественно просветительской кампании «Здоровье, Ответственность, Труд», направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе, алгоритма внедрения результатов» (Извещение от 26 мая 2021 года № 0195100000321000013), идентификационный код закупки 211771091497177100100260017220241, в целях реализации основного мероприятия 5.2 «Модернизация инструментов государственного управления охраной труда» подпрограммы «Безопасный труд» государственной программы Российской Федерации «Содействие занятости населения», утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. № 298, заключили настоящий государственный контракт на выполнение научно-исследовательской работы по теме: «Разработка методических рекомендаций по развитию и совершенствованию проведения общественно просветительской кампании «Здоровье, Ответственность, Труд», направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе, алгоритма внедрения результатов» (далее – Контракт) о нижеследующем:

1. Предмет Контракта

1.1. Исполнитель по заданию Заказчика обязуется выполнить научно-исследовательскую работу по теме: «Разработка методических рекомендаций по развитию и совершенствованию проведения общественно просветительской кампании «Здоровье, Ответственность, Труд», направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе, алгоритма внедрения результатов» (далее – Работы) и передать полученные при выполнении Работ результаты в порядке и на условиях, предусмотренных Контрактом.

1.2. Заказчик обязуется принять и оплатить надлежащим образом выполненные Работы, предусмотренные пунктом 1.1. Контракта в порядке и на условиях, предусмотренных Контрактом.

1.3. Выполнение Работ по Контракту осуществляется в 1 этап.

1.4. Наименования, содержание Работ по Контракту, требования, предъявляемые к выполнению Работ, включая параметры, определяющие качественные и количественные характеристики Работ, особые условия выполнения Работ, место выполнения Работ, требования к результатам Работ, требования к отчетной документации и другие условия исполнения Контракта определяются в Техническом задании на выполнение Работ (приложение № 1 к Контракту) (далее - Техническое задание).

1.5. Сроки выполнения Работ, последовательность действий Исполнителя при выполнении Работ, устанавливаются в Календарном плане выполнения Работ (приложение № 2 к Контракту) (далее - Календарный план).

2. Общие положения Контракта

2.1. Требования к выполняемым Работам:

2.1.1. Работы должны выполняться в соответствии с Техническим заданием, Календарным планом.

2.1.2. Перечень научной и иной документации, подлежащей оформлению и сдаче Исполнителем Заказчику в составе отчетной документации, определяется в Техническом задании.

2.1.3. Работы (результаты Работ) должны отвечать требованиям качества, безопасности жизни и здоровья, а также иным требованиям безопасности (санитарным нормам и правилам, государственным стандартам), сертификации, лицензирования, если такие требования предъявляются Контрактом и (или) законодательством Российской Федерации.

2.1.4. Работы должны быть выполнены в полном объеме и в сроки, предусмотренные Контрактом.

2.1.5. Датой начала выполнения Работ является дата подписания Контракта Сторонами, если иное не установлено в Техническом задании.

2.1.6. Работы по Контракту должны быть полностью выполнены Исполнителем, и отчетная документация в установленном Контрактом порядке передана Заказчику в срок, указанный в Техническом задании и Календарном плане.

В случае невозможности достижения результатов при проведении фундаментальных и поисковых научных исследований Исполнитель передает результат, теоретически и экспериментально доказывающий невозможность решения поставленной задачи.

2.1.7. Датой окончания выполнения Работ по Контракту является дата подписания Сторонами Акта сдачи-приемки выполненных работ по Контракту. Дата окончания выполнения Работ по Контракту не может быть позднее даты, указанной в Техническом задании и Календарном плане.

2.1.8. Досрочное выполнение Исполнителем Работ по Контракту возможно после согласования с Заказчиком. Оплата досрочно выполненных работ по Контракту производится в сроки, установленные Контрактом, если Сторонами не будут согласованы иные сроки при согласовании досрочного выполнения Исполнителем Работ.

2.1.9. Результат Работ может иметь маркировки, наклейки, знак охраны авторского права и иные знаки, определяемые в соответствии с законодательством Российской Федерации.

2.1.10. Если результат Работ подлежит упаковке, то требования к упаковке определяются в Техническом задании.

2.1.11. Риск случайной гибели или случайного повреждения результата Работ до его передачи Заказчику несет Исполнитель.

2.1.12. Результат Работ передается Заказчику с необходимыми материалами к результату Работ.

3. Цена Работ и порядок оплаты

3.1. Общая цена Работ по Контракту в соответствии с приложением № 3 к Контракту составляет 8 759 000 (Восемь миллионов семьсот пятьдесят девять тысяч) рублей 00 копеек, НДС не облагается в соответствии с подпунктами 16 и 16.1 пункта 3 статьи 149 Налогового кодекса Российской Федерации.

3.2. Цена, указанная в пункте 3.1 Контракта, является твердой и не может изменяться в процессе его исполнения, за исключением случаев, предусмотренных пунктами 10.3 и 10.4 Контракта.

3.3. Общая стоимость Работ включает в себя все затраты, издержки и иные расходы Исполнителя, связанные с исполнением Контракта.

3.4. Оплата выполненных Работ по Контракту производится Заказчиком в пределах, доведенных ему в установленном порядке лимитов бюджетных обязательств по безналичному расчету перечислением денежных средств на счет Исполнителя.

3.5. Оплата выполненных Работ по Контракту производится Заказчиком не позднее чем за один рабочий день до окончания текущего финансового года в пределах лимитов бюджетных обязательств, доведенных ему на указанный финансовый год, либо в очередном финансовом году в пределах лимитов бюджетных обязательств, доведенных ему на очередной финансовый год.

3.6. Датой оплаты является дата списания средств с соответствующего счета, открытого территориальному органу Федерального казначейства.

3.7. Сумма, подлежащая уплате Заказчиком юридическому лицу или физическому лицу, в том числе зарегистрированному в качестве индивидуального предпринимателя, уменьшается на размер налогов, сборов и иных обязательных платежей в бюджеты бюджетной системы Российской Федерации, связанных с оплатой Контракта, если в соответствии с законодательством Российской Федерации о налогах и сборах такие налоги, сборы и иные обязательные платежи подлежат уплате в бюджеты бюджетной системы Российской Федерации Заказчиком.

4. Порядок приемки исполнения обязательств

4.1. Перечень научной, технической и другой документации, подлежащей оформлению и сдаче Исполнителем Заказчику по окончании выполнения Работ, определяется Техническим заданием.

4.2. Исполнитель в соответствии с условиями Контракта обязан своевременно предоставлять достоверную информацию о ходе исполнения своих обязательств, в том числе о сложностях, возникающих при исполнении Контракта, а также к установленному Контрактом сроку обязан предоставить Заказчику результаты выполнения Работ, предусмотренных Контрактом, при этом Заказчик обязан обеспечить приемку выполненных Работ в соответствии с Федеральным законом от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (далее – Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ).

4.3. Для проверки предоставленных Исполнителем результатов, предусмотренных Контрактом, в части их соответствия условиям Контракта Заказчик обязан провести экспертизу. Экспертиза результатов, предусмотренных Контрактом, может проводиться Заказчиком своими силами или к ее проведению могут привлекаться эксперты, экспертные организации на основании контрактов, заключенных в соответствии с Федеральным законом от 05.04.2013 № 44-ФЗ.

4.4. Для проведения экспертизы выполненных Работ эксперты, экспертные организации имеют право запрашивать у Заказчика и Исполнителя дополнительные материалы, относящиеся к условиям исполнения Контракта и отдельным этапам исполнения Контракта. В случае, если по результатам такой экспертизы установлены нарушения требований Контракта, не препятствующие приемке выполненных Работ, в заключении могут содержаться предложения об устранении данных нарушений, в том числе с указанием срока их устранения.

4.5. По решению Заказчика для приемки выполненных Работ, результатов отдельного этапа исполнения Контракта может создаваться приемочная комиссия, которая состоит не менее чем из пяти человек.

4.6. По окончании выполнения Работ Исполнитель представляет Заказчику, оформленный согласно ГОСТу 7.32-2017 отчет о выполнении НИР (не менее 2 экземпляров) с сопроводительным письмом и Актом сдачи-приемки выполненных работ, подписанным со стороны Исполнителя (2 экз.).

Один экземпляр отчета о выполнении НИР оформляется в соответствии с архивными требованиями (твердый переплет, сквозная нумерация страниц, лист-заверитель и т.д.).

К итоговому отчету по выполнению НИР должны прилагаться все отчетные документы в соответствии с Календарным планом (приложение № 2 к Контракту).

К итоговому отчету по выполнению НИР дополнительно прилагается:

- заключения двух независимых экспертов на научно-исследовательскую продукцию;
- аннотация научно-исследовательской продукции (не более 1,5 стр.);
- электронная версия итогового отчета на магнитном носителе (CD-диск);
- копия формы направления сведений о начинаемой научно-исследовательской, опытно-конструкторской и технологической работе гражданского назначения, оформленной в соответствии с приложением № 1 к приказу Минобрнауки России от 25 сентября 2020 г. № 1234.

4.7. Приемка результатов выполненных Работ осуществляется Заказчиком в течение 5 (пяти) рабочих дней со дня получения Акта сдачи-приемки выполненных работ, который подписывается Заказчиком (в случае создания приемочной комиссии подписывается всеми членами приемочной комиссии и утверждается Заказчиком), либо Исполнителю в течение 5 (пяти) рабочих дней Заказчиком направляется в письменной форме мотивированный отказ от подписания Акта сдачи-приемки выполненных работ. В случае привлечения Заказчиком для проведения указанной экспертизы экспертов, экспертных организаций при принятии решения о приемке или об отказе в приемке результатов выполненных Работ Заказчик (приемочная комиссия) должен учитывать отраженные в заключении по результатам указанной экспертизы предложения экспертов, экспертных организаций, привлеченных для ее проведения.

4.8. Заказчик вправе не отказывать в приемке результатов выполненных Работ в случае выявления несоответствия этих результатов условиям Контракта, если выявленное несоответствие не препятствует приемке результатов выполненных Работ и устранено Исполнителем.

4.9. Если в процессе выполнения Работы выясняется неизбежность получения отрицательного результата или нецелесообразность дальнейшего проведения Работы, Исполнитель обязан приостановить ее, поставив об этом в известность Заказчика в трехдневный срок после приостановления Работ. В этом случае Стороны обязаны в десятидневный срок рассмотреть вопрос о целесообразности и возможных направлениях продолжения Работ. Бремя доказательства объективности прекращения Работы лежит на Исполнителе.

4.10. Прекращение Работ по Контракту наступает с момента принятия решения о нецелесообразности продолжения Работ и оформляется дополнительным соглашением.

4.11. По окончании исполнения Сторонами обязательств по Контракту Исполнитель в течение 15 (пятнадцати) дней представляет Заказчику Акт сверки расчетов по Контракту.

5. Права и обязанности Заказчика

5.1. Заказчик вправе:

5.1.1. Требовать от Исполнителя надлежащего выполнения Работ по Контракту в соответствии с Техническим заданием, а также требовать своевременного устранения недостатков, выявленных как в ходе приемки выполненных Работ (их результатов), так и в течение гарантийного периода, если гарантийный срок установлен Техническим заданием.

5.1.2. Требовать от Исполнителя представления надлежащим образом оформленной отчетной документации, подтверждающей выполнение Работ по Контракту.

5.1.3. Привлекать экспертов, экспертные организации, специалистов и иных лиц, обладающих необходимыми знаниями, для участия в проведении экспертизы выполненных Работ и представленной Исполнителем отчетной документации.

5.1.4. Определять лиц, непосредственно участвующих в контроле за ходом выполнения Исполнителем Работ и (или) участвующих в сдаче-приемке Работ по Контракту.

5.1.5. В любое время проверять соответствие сроков совершения действий Исполнителем при выполнении Работ, срокам, установленным в Календарном плане, и качества выполняемых Исполнителем Работ, требованиям, установленным Контрактом без вмешательства в оперативно-хозяйственную деятельность Исполнителя. Если в результате такой проверки станет очевидным, что Работы не будут выполнены надлежащим образом и (или) в надлежащие сроки, Заказчик вправе направить Исполнителю Требование об устранении недостатков с указанием срока для устранения недостатков.

5.1.6. Осуществлять контроль за использованием результатов Работ, полученных при исполнении Контракта, в том числе передаваемых Исполнителем третьим лицам.

5.1.7. Принять решение об одностороннем отказе от исполнения Контракта по основаниям, предусмотренным Гражданским кодексом Российской Федерации.

5.2. Заказчик обязан:

5.2.1. Передавать Исполнителю необходимую для выполнения Работы информацию в соответствии с условиями Технического задания и Календарного плана.

5.2.2. Своевременно сообщать в письменной форме Исполнителю о недостатках, обнаруженных в ходе выполнения Работ или приемки исполненных обязательств.

5.2.3. Своевременно принять и оплатить надлежащим образом выполненные Работы в соответствии с Контрактом.

5.2.4. Осуществлять согласования, предусмотренные Техническим заданием.

5.2.5. Осуществлять взаимодействие с Исполнителем в соответствии с условиями Контракта.

6. Права и обязанности Исполнителя

6.1. Исполнитель вправе:

6.1.1. Требовать своевременного рассмотрения и принятия решения о приемке выполненных Работ, и ее оформлении, подписании Заказчиком Акта сдачи-приемки выполненных работ по Контракту на основании представленных Исполнителем отчетных документов либо мотивированного отказа Заказчика от подписания Акта сдачи-приемки выполненных работ по Контракту.

6.1.2. Требовать своевременной оплаты выполненных Работ в соответствии с подписанным Сторонами Актом сдачи-приемки выполненных работ по Контракту.

6.1.3. В порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации, привлекать к исполнению своих обязательств по Контракту других лиц - соисполнителей только с согласия Заказчика. Исполнитель несет ответственность перед Заказчиком за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств соисполнителями. Привлечение соисполнителей не влечет за собой изменения стоимости и объемов Работ по Контракту. Перечень Работ, выполненных соисполнителями, Исполнитель указывает в отчетной документации.

6.1.4. При привлечении Исполнителем соисполнителя к проведению Работ принадлежность исключительных прав на результаты Работ, созданные соисполнителем единолично либо совместно с Исполнителем, определяется на основании соглашения между Исполнителем и соисполнителем, с обязательным уведомлением Заказчика.

6.1.5. По согласованию с Заказчиком Исполнитель вправе выполнить работы, качество, технические и функциональные характеристики (потребительские свойства) которых являются улучшенными по сравнению с качеством и соответствующими техническими и функциональными характеристиками, указанными в Контракте.

6.1.6. При досрочном выполнении Работ по Контракту Исполнитель в письменной форме уведомляет Заказчика о готовности представить для осуществления приемки отчетную документацию в соответствии с требованиями Контракта.

6.1.7. Правообладатель вправе распоряжаться правами на результаты Работ по своему усмотрению в соответствии с законодательством Российской Федерации, прилагая необходимые усилия для широкого внедрения созданных результатов Работ посредством распоряжения правами на них, а также соблюдая при этом обязательства, указанные в пункте 9.4 Контракта. Правообладатель обязан уведомлять право приобретателя о своих обязательствах, установленных пунктом 9.4 Контракта.

6.1.8. В случае если исключительные права на результаты Работ закрепляются за Российской Федерацией, Исполнитель имеет право безвозмездного использования результата Работ для собственных нужд, в том числе для дальнейших исследований и разработок, в течение всего срока действия исключительного права.

В случае создания результата Работ соисполнителем соисполнитель также получает право использования результата Работ для собственных нужд, в том числе для дальнейших исследований и разработок, в течение всего срока действия исключительного права.

6.2. Исполнитель обязан:

6.2.1. Своевременно и надлежащим образом выполнить Работы и представить Заказчику отчетную документацию.

6.2.2. Своевременно выполнить требования, предусмотренные Контрактом, а также нормативными правовыми актами Российской Федерации о государственном учете научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ гражданского назначения, в том числе обеспечивать государственный учет сведений о Работе, о полученных результатах Работ, о правообладателях и правах на них, а также сведений об изменении состояния их правовой охраны и практическом применении в соответствии с законодательством Российской Федерации.

6.2.3. Согласовать с Заказчиком необходимость использования при выполнении Работ охраняемых результатов интеллектуальной деятельности, права на которые принадлежат третьим лицам, и приобретение прав на их использование.

6.2.4. Урегулировать вопросы использования прав на результаты интеллектуальной деятельности, принадлежащих третьим лицам, в объеме, достаточном для использования в рамках выполнения Работ.

6.2.5. С целью выявления охраноспособных результатов Работ проводить в процессе выполнения и (или) перед завершением Работ патентные исследования. Виды патентных исследований (уровень техники, патентоспособность либо патентная чистота) должны быть выбраны Исполнителем исходя из характеристик этапа и стадии жизненного цикла проекта, на котором выполняются такие патентные исследования.

6.2.6. Обеспечить конфиденциальность сведений о результате Работ, в том числе в режиме коммерческой тайны, до принятия решения о форме и способе его правовой охраны.

6.2.7. Предпринять меры, обеспечивающие правовую охрану и защиту, в том числе в случае необходимости, на зарубежных рынках результатов Работ, созданных при реализации Контракта. Принятие решений о патентовании, в том числе о распределении прав между сторонами, а также о распределении расходов на патентование, оформляется дополнительными соглашениями к Контракту.

6.2.8. Своими силами и за свой счет устранить допущенные по вине Исполнителя в процессе выполнения Работ недостатки в сроки, определенные Заказчиком, а если срок не определен, то в течение 5 (пяти) дней с момента получения уведомления Заказчика с требованием об устранении недостатков.

В случае если в ходе научно-исследовательских работ обнаруживается невозможность достижения результатов вследствие обстоятельств, не зависящих от Исполнителя, Заказчик обязан оплатить стоимость Работ, проведенных до выявления невозможности получить предусмотренные Контрактом на выполнение научно-исследовательских работ результаты, но не свыше соответствующей части цены работ, указанной в Контракте.

6.2.9. Незамедлительно информировать Заказчика об обнаруженной невозможности получить ожидаемые результаты или о нецелесообразности продолжения работы.

6.2.10. Обеспечить передачу Заказчику полученных по Контракту результатов Работ, не нарушающих исключительных прав других лиц и не являющихся предметом залога, ареста или иного обременения.

6.2.11. В случае если правообладатель результата Работ в течение 3 лет с даты получения такого результата Работ не осуществил его отчуждение, передачу права на получение патента, либо не предоставил право его использования третьему лицу, правообладатель обязуется подать в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности заявление о возможности предоставления любому лицу права использования результата Работ (открытой лицензии).

6.2.12. Единолично (или совместно с соисполнителями) нести ответственность, а также расходы, связанные с разбирательствами по фактам нарушений, а также обеспечивать возмещение ущерба (убытков) и иных выплат в случаях, если к правообладателю результата Работ третьими лицами предъявлены претензии о нарушении их интеллектуальных прав, связанные с использованием такого результата Работ.

7. Ответственность Сторон

7.1. Стороны несут ответственность за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств, предусмотренных Контрактом, в соответствии с законодательством Российской Федерации.

7.2. В случае просрочки исполнения Исполнителем обязательств, предусмотренных Контрактом, Заказчик направляет Исполнителю требование об уплате пени.

Пеня начисляется за каждый день просрочки исполнения Исполнителем обязательства, предусмотренного контрактом, начиная со дня, следующего после дня истечения установленного контрактом срока исполнения обязательства, и устанавливается контрактом в размере одной трехсотой действующей на дату уплаты пени ключевой ставки Центрального банка Российской

Федерации от цены контракта, уменьшенной на сумму, пропорциональную объему обязательств, предусмотренных контрактом и фактически исполненных Исполнителем, за исключением случаев, если законодательством Российской Федерации установлен иной порядок начисления пени.

7.3. За каждый факт неисполнения или ненадлежащего исполнения Исполнителем обязательств, предусмотренных Контрактом (за исключением просрочки исполнения обязательств, предусмотренных Контрактом, в том числе гарантийного обязательства), Заказчик направляет Исполнителю требование об уплате штрафа. Размер штрафа определяется в соответствии с Правилами определения размера штрафа, начисляемого в случае ненадлежащего исполнения Заказчиком, неисполнения или ненадлежащего исполнения поставщиком (подрядчиком, исполнителем) обязательств, предусмотренных контрактом (за исключением просрочки исполнения обязательств заказчиком, поставщиком (подрядчиком, исполнителем), утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 30.08.2017 № 1042 (далее – постановление Правительства Российской Федерации от 30.08.2017 № 1042), и составляет 5000 (Пять тысяч) рублей 00 копеек.

7.4. За каждый факт неисполнения или ненадлежащего исполнения Исполнителем обязательства, предусмотренного Контрактом, которое не имеет стоимостного выражения, размер штрафа устанавливается в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 30.08.2017 № 1042, и составляет 5000 (Пять тысяч) рублей 00 копеек.

7.5. В случае просрочки исполнения Заказчиком обязательств, предусмотренных Контрактом, а также в иных случаях неисполнения или ненадлежащего исполнения Заказчиком обязательств, предусмотренных Контрактом Исполнитель вправе потребовать уплаты неустоек (штрафов, пеней). Пеня начисляется за каждый день просрочки исполнения обязательства, предусмотренного Контрактом, начиная со дня, следующего после дня истечения установленного Контрактом срока исполнения обязательства. Такая пеня устанавливается Контрактом в размере одной трехсотой действующей на дату уплаты пеней ключевой ставки Центрального банка Российской Федерации от не уплаченной в срок суммы.

В случае нарушения Исполнителем сроков выполнения Работ, предусмотренных Контрактом, Заказчик не несет ответственность, установленную настоящим пунктом Контракта.

7.6. За каждый факт неисполнения Заказчиком обязательств, предусмотренных Контрактом, за исключением просрочки исполнения Заказчиком обязательств, предусмотренных Контрактом, Исполнитель вправе потребовать уплаты штрафа. Размер штрафа определяется в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 30.08.2017 № 1042 и составляет 5000 (Пять тысяч) рублей 00 копеек.

7.7. Общая сумма начисленных штрафов за неисполнение или ненадлежащее исполнение Исполнителем обязательств, предусмотренных Контрактом, не может превышать цену Контракта.

7.8. Общая сумма начисленных штрафов за ненадлежащее исполнение Заказчиком обязательств, предусмотренных Контрактом, не может превышать цену Контракта.

7.9. Сторона освобождается от уплаты неустойки (штрафа, пени), если докажет, что неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательства, предусмотренного Контрактом, произошло вследствие непреодолимой силы или по вине другой Стороны.

7.10. Исполнитель при заключении Контракта должен предоставить Заказчику обеспечение исполнения Контракта в размере 5% от цены Контракта.

В случае если предложенная участником закупки цена Контракта снижена на 25% и более по отношению к начальной (максимальной) цене Контракта, обеспечение исполнения Контракта предоставляется в соответствии со статьей 37 Федерального закона от 05.04.2013 № 44-ФЗ.

Если Исполнителем является казенное учреждение обеспечение исполнения контракта не требуется.

Участник закупки, с которым заключается контракт по результатам определения поставщика (подрядчика, исполнителя) в соответствии с пунктом 1 части 1 статьи 30 Федерального закона от 05.04.2013 № 44-ФЗ, освобождается от предоставления обеспечения исполнения контракта, в том числе с учетом положений статьи 37 Федерального закона от 05.04.2013 № 44-ФЗ, в случае предоставления таким участником закупки информации,

содержащейся в реестре контрактов, заключенных заказчиками, и подтверждающей исполнение таким участником (без учета правопреемства) в течение трех лет до даты подачи заявки на участие в закупке трех контрактов, исполненных без применения к такому участнику неустоек (штрафов, пеней). Такая информация представляется участником закупки до заключения контракта в случаях, установленных Федеральным законом от 05.04.2013 № 44-ФЗ для предоставления обеспечения исполнения контракта. При этом сумма цен таких контрактов должна составлять не менее начальной (максимальной) цены контракта, указанной в извещении об осуществлении закупки и документации о закупке.

7.11.¹ Исполнение обязательств Исполнителя по Контракту, в том числе по уплате неустойки (штрафа, пени), возврату аванса, возмещения убытков, а также начисленных за несвоевременную их уплату процентов, иных денежных обязательств обеспечивается банковской гарантией от — № —, выданной —, сроком действия до — в размере — (—) рублей — копеек, реестровый номер банковской гарантии —.

Предъявление требования к оплате осуществляется в случаях неисполнения или ненадлежащего исполнения Исполнителем обязательств по Контракту.

Срок действия представленного Исполнителем обеспечения исполнения Контракта в виде банковской гарантии должен превышать срок действия контракта не менее чем на один месяц. В случае если по независящим от Исполнителя причинам действие банковской гарантии прекратится до установленного Контрактом срока, Исполнитель должен представить иное (новое) обеспечение исполнения Контракта в течение 5 (пяти) дней со дня, когда Исполнитель узнал или должен был узнать, что обязательство гаранта перед бенефициаром по банковской гарантии прекращено.

В ходе исполнения Контракта Исполнитель вправе изменить способ обеспечения исполнения Контракта и (или) предоставить Заказчику взамен ранее предоставленного обеспечения исполнения контракта новое обеспечение исполнения Контракта, размер которого может быть уменьшен в порядке и случаях, которые предусмотрены частями 7.2 и 7.3 статьи 96 Федерального закона от 05.04.2013 № 44-ФЗ.

В случае отзыва в соответствии с законодательством Российской Федерации у банка, предоставившего банковскую гарантию в качестве обеспечения исполнения Контракта, лицензии на осуществление банковских операций Исполнитель обязан предоставить новое обеспечение исполнения Контракта не позднее одного месяца со дня надлежащего уведомления Заказчиком Исполнителя о необходимости предоставить соответствующее обеспечение. Размер такого обеспечения может быть уменьшен в порядке и случаях, которые предусмотрены частями 7, 7.1, 7.2 и 7.3 статьи 96 Федерального закона от 05.04.2013 № 44-ФЗ. За каждый день просрочки исполнения Исполнителем обязательства, предусмотренного настоящим пунктом, начисляется пеня.

Пеня начисляется за каждый день просрочки исполнения поставщиком (подрядчиком, исполнителем) обязательства, предусмотренного контрактом, начиная со дня, следующего после дня истечения установленного контрактом срока исполнения обязательства, и устанавливается контрактом в размере одной трехсотой действующей на дату уплаты пени ключевой ставки Центрального банка Российской Федерации от цены контракта, уменьшенной на сумму, пропорциональную объему обязательств, предусмотренных контрактом и фактически исполненных поставщиком (подрядчиком, исполнителем), за исключением случаев, если законодательством Российской Федерации установлен иной порядок начисления пени.

7.11.² Исполнение обязательств Исполнителя по Контракту, в том числе по уплате неустойки (штрафа, пени), возврату аванса, возмещения убытков, а также начисленных за несвоевременную их уплату процентов, иных денежных обязательств обеспечивается передачей Заказчику денежных средств в размере — (—) рублей — копеек и подтверждается —.

¹ Вариант пункта 7.11. Контракта выбирается Заказчиком в зависимости от того, какой способ обеспечения исполнения контракта предоставлен Исполнителем.

² Вариант пункта 7.11. Контракта выбирается Заказчиком в зависимости от того, какой способ обеспечения исполнения контракта предоставлен Исполнителем

Предъявление требования к оплате осуществляется в случаях неисполнения или ненадлежащего исполнения Исполнителем обязательств по Контракту, независимо от применения неустойки.

Возврат представленного Исполнителем обеспечения исполнения Контракта в виде денежных средств осуществляется в течение 5 (пяти) календарных дней со дня подписания Сторонами Акта сдачи-приемки выполненных работ по Контракту.

В ходе исполнения Контракта Исполнитель вправе изменить способ обеспечения исполнения Контракта и (или) предоставить Заказчику взамен ранее предоставленного обеспечения исполнения контракта новое обеспечение исполнения Контракта, размер которого может быть уменьшен в порядке и случаях, которые предусмотрены частями 7.2 и 7.3 статьи 96 Федерального закона от 05.04.2013 № 44-ФЗ.

В случаях, указанных в пунктах 7.2. и 7.3. Контракта, Заказчик оставляет право на взыскание неустойки с обеспечения исполнения государственного контракта, предоставленного в виде денежных средств, если Исполнителем в срок не более чем 5 (пять) рабочих дней не исполнено требование Заказчика о добровольной оплате неустойки (штрафа, пени).

7.12. В случае если причиненный Исполнителем ущерб и (или) неустойка (штраф, пени) не могут быть возмещены за счет предоставленного обеспечения исполнения контракта, и Исполнителем в установленный срок не уплачены указанные в требовании Заказчика сумма возмещения ущерба и (или) неустойки (штрафа, пени), Заказчик из суммы оплаты по Контракту перечисляет от лица Исполнителя в соответствующий бюджет начисленную сумму возмещения ущерба и (или) неустойки (штрафа, пени).

7.13. Оплата Исполнителем неустойки (штрафа, пени) или применение иной формы ответственности не освобождает его от исполнения обязательств по Контракту.

7.14. Условия освобождения Сторон от ответственности:

7.14.1. Стороны освобождаются от ответственности за частичное или полное неисполнение обязательств по Контракту в случае наступления обстоятельств непреодолимой силы.

7.14.2. Сторона, пострадавшая от обстоятельств непреодолимой силы, обязана незамедлительно уведомить другую Сторону о возникновении такого события, виде и возможности продолжительности действия обстоятельств непреодолимой силы. Факт непреодолимой силы должен быть подтвержден уполномоченным государственным органом.

7.14.3. Сторона, пострадавшая от обстоятельств непреодолимой силы, должна предпринять все разумные меры, чтобы в кратчайшие сроки преодолеть невозможность выполнения своих обязательств по Контракту, а также уведомить другую Сторону о восстановлении нормальных условий.

7.14.4. Стороны должны принять все разумные меры для сведения к минимуму последствий любого обстоятельства непреодолимой силы.

8. Порядок разрешения споров, претензии Сторон

8.1. Все споры и разногласия, которые могут возникнуть из Контракта между Сторонами, будут разрешаться путем переговоров, в том числе в претензионном порядке.

8.2. Претензия оформляется в письменной форме и направляется той Стороне по Контракту, которой допущены нарушения его условий. В претензии перечисляются допущенные при исполнении Контракта нарушения со ссылкой на соответствующие положения Контракта или его приложений, отражается стоимостная оценка ответственности (неустойки), а также действия, которые должны быть произведены Стороной для устранения нарушений.

8.3. Срок рассмотрения писем, уведомлений или претензий не может превышать 7 (семь) календарных дней с момента их получения, если иные сроки рассмотрения не предусмотрены Контрактом. Переписка Сторон может осуществляться в виде письма или телеграммы, а в случаях направления телекса, факса, иного электронного сообщения с последующим предоставлением оригинала документа.

8.4. При неурегулировании Сторонами спора в досудебном порядке спор разрешается в судебном порядке.

9. Права и обязанности Сторон, связанные с использованием результатов интеллектуальной деятельности

9.1. Исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности, созданные в рамках Контракта, принадлежат Российской Федерации.

9.2. Исключительные права на результаты Работ закрепляются за Российской Федерацией с правом безвозмездного использования Исполнителем для собственных нужд, в том числе для дальнейших исследований и разработок, в течение всего срока действия исключительного права.

В случае создания результата Работ соисполнителем, соисполнитель также получает право использования результата Работ для собственных нужд, в том числе для дальнейших исследований и разработок, в течение всего срока действия исключительного права.

9.3. Расходы по обеспечению правовой охраны результатов Работ при закреплении прав на них осуществляются за счет выделяемых Заказчику средств федерального бюджета.

9.4. Распоряжение исключительными правами от имени Российской Федерации осуществляет Заказчик.

9.5. Исполнитель обязан представить Заказчику документы, подтверждающие наличие правовых оснований для использования при выполнении Работ по Контракту ранее созданных результатов интеллектуальной деятельности, права на которые принадлежат третьим лицам.

9.6. В случае несанкционированного использования ранее созданных результатов интеллектуальной деятельности ответственность перед правообладателями полностью возлагается на Исполнителя.

10. Срок действия, изменение и расторжение Контракта

10.1. Контракт вступает в силу со дня подписания его Сторонами.

10.2. Контракт действует до 31 декабря 2021 года.

10.3. Изменение положений Контракта допускается в случаях, предусмотренных законодательством Российской Федерации.

10.4. Изменение существенных условий Контракта при его исполнении не допускается, за исключением их изменения по соглашению Сторон в следующих случаях:

1) при снижении цены Контракта без изменения предусмотренных Контрактом объема Работы, качества выполняемой Работы и иных условий Контракта;

2) если по предложению Заказчика увеличивается предусмотренный Контрактом объем Работы не более чем на десять процентов или уменьшается предусмотренный Контрактом объем выполняемой Работы не более чем на десять процентов. При этом по соглашению Сторон допускается изменение с учетом положений бюджетного законодательства Российской Федерации цены Контракта пропорционально дополнительному объему Работы исходя из установленной в Контракте цены единицы Работы, но не более чем на десять процентов цены Контракта. При уменьшении предусмотренного Контрактом объема Работы Стороны Контракта обязаны уменьшить цену Контракта исходя из цены единицы товара, работы или услуги;

3) в случаях, предусмотренных пунктом 6 статьи 161 Бюджетного кодекса Российской Федерации, при уменьшении ранее доведенных до Заказчика как получателя бюджетных средств лимитов бюджетных обязательств. При этом Заказчик в ходе исполнения Контракта обеспечивает согласование новых условий Контракта, в том числе цены и (или) сроков исполнения Контракта и (или) объема Работы, предусмотренных Контрактом.

10.5. Изменения оформляются в письменном виде путем подписания Сторонами Дополнительного соглашения к Контракту. Все приложения и Дополнительные соглашения являются неотъемлемой частью Контракта. Дополнительное соглашение вступает в силу со дня подписания его Сторонами.

10.6. Расторжение Контракта допускается по соглашению Сторон, по решению суда, в случае одностороннего отказа стороны Контракта от исполнения Контракта в соответствии с гражданским законодательством Российской Федерации.

11. Прочие условия Контракта

11.1. Права на результаты Работ, не являющиеся объектами исключительных прав, (отчетная, техническая и иные виды документации) принадлежат Заказчику.

Исполнитель вправе использовать полученные им результаты Работ, не являющиеся результатами интеллектуальной деятельности, для собственных нужд. Использование Исполнителем указанных результатов в работах по заказу третьих лиц, а также передача третьим лицам допускается только с письменного разрешения Заказчика и на условиях, определенных Заказчиком.

11.2. Оплата Работ по Контракту осуществляется за счет средств федерального бюджета, предусмотренных на указанные цели Министерству труда и социальной защиты Российской Федерации на 2021 год по разделу 10, подразделу 05, целевой статье 0750292002, виду расходов 241 (ОКПД – 72.20.19.000).

11.3. Оформление и обмен документами о приеме работ допускается в форме электронных документов, подписанных электронной подписью в Единой информационной системе в сфере закупок.

11.4. В качестве первичных учетных документов, подтверждающих (сопровождающих) выполнение Работ, допускается представление универсального передаточного документа (счета-фактуры (при наличии), в том числе корректировочных документов к ним.

11.5. Для контроля (мониторинга) исполнения Контракта и информирования Сторон о выявленных недостатках исполнения Контракта Стороны предоставляют друг другу информацию о лицах (кураторах), ответственных за ведение переговоров, согласование и передачу документов в рамках исполнения Контракта, с указанием их контактных данных (телефон, адрес электронной почты).

12. Реквизиты и подписи Сторон

ЗАКАЗЧИК:	ИСПОЛНИТЕЛЬ:
Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации 103132, г. Москва, ул. Ильинка, 21 ИНН 7710914971, КПП 771001001 ОКТМО 45382000 ОГРН 1127746460885 Межрегиональное операционное УФК (Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации, лицевой счет № 03951001490) ИНН 7710914971, КПП 771001001 Банк получателя: ОПЕРАЦИОННЫЙ ДЕПАРТАМЕНТ БАНКА РОССИИ//Межрегиональное операционное УФК г. Москва Казначейский счет 032116430000000019500 Единый казначейский счет 40102810045370000002 БИК 024501901 ОКТМО 45382000	Общество с ограниченной ответственностью «Агентство гуманитарных технологий» Адрес местонахождения: 101990, г. Москва, ул. Маросейка, дом 3/13, строение 1, кабинет 6 Почтовый адрес: 101000, г. Москва, ул. Маросейка, дом 3/13, строение 1 ИНН 7701268785, КПП 770101001 ОГРН 1027739108495 ОКПО 56722722, ОКТМО 45375000000 Дата постановки на учет в налоговом органе - 23.08.2002 Тел. 495 624 03 01 р/с 40702810638120011995 ПАО «Сбербанк России» к/с 30101810400000000225 БИК 044525225

ПОДПИСИ СТОРОН

ЗАКАЗЧИК:
Первый заместитель Министра труда и социальной защиты Российской Федерации

А.В. Вовченко
М.П.

ИСПОЛНИТЕЛЬ:
Генеральный директор Общества с ограниченной ответственностью «Агентство гуманитарных технологий»

И.Ю. Большедворская
М.П.

Приложение № 1 к Контракту
от 20 июля 2021 г. № 01951000003210000130001

**Техническое задание
на выполнение научно-исследовательской работы по теме: «Разработка методических рекомендаций по развитию и совершенствованию проведения общественно-просветительской кампании «Здоровье, Ответственность, Труд», направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе, алгоритма внедрения результатов»**

1. Наименование и описание объекта закупки: выполнение научно-исследовательской работы по теме: «Разработка методических рекомендаций по развитию и совершенствованию проведения общественно - просветительской кампании «Здоровье, Ответственность, Труд», направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе, алгоритма внедрения результатов» (далее – Работы, НИР, Разработка).

2. Характеристики и объем (содержание) выполняемых работ:

2.1. Актуальность работ:

Актуальность Разработки обусловлена необходимостью повышения эффективности общественно-просветительской кампании, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе в 2021 году.

Эффективная общественно-просветительская кампания «Здоровье, Ответственность, Труд» (далее - общественно-просветительская кампания, Кампания) в среднесрочной перспективе будет способствовать:

- реализации подпрограммы «Безопасный труд» Государственной программы «Содействие занятости населения»;
- внедрению предупредительной модели управления охраной труда в организациях;
- модернизации инструментов государственного управления охраной труда;
- стимулированию работодателей к улучшению условий труда на рабочих местах;
- популяризации профессии специалистов по охране труда, изменению восприятия роли специалистов по охране труда среди работников компаний и предприятий;
- системному информированию целевой аудитории общественно-просветительской кампании в регионах России по вопросам охраны труда, сохранения жизни и здоровья на работе;
- реализации государственных задач по снижению показателей производственного травматизма.

2.2. Цель работ:

Цель работ – разработка методологии проведения социальных и экспертных исследований, анализа данных исследований и формирования мероприятий по проведению общественно-просветительской кампании, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе в 2021 году.

Группы целевой аудитории:

Ключевой акцент в коммуникациях и исследованиях должен быть направлен на четыре основные группы целевых аудиторий: работники; работники служб охраны труда; ответственные руководители работ с повышенной опасностью; работодатели организаций.

Ключевые инструменты:

- Креатив

- Медиа
- Система активности
- Создание единой экосистемы коммуникаций в социальных сетях
- Инфраструктура

Планирование и реализация Разработки сопровождаются мониторингом и анализом представленности общественно-просветительской кампании в СМИ, а также мониторингом и анализом деятельности ключевых компаний по вопросам охраны труда и сохранения здоровья на работе. Оптимальный комплекс отслеживаемых и анализируемых объектов мониторинга в рамках реализации общественно-просветительской кампании, а также методология анализа представленности общественно-просветительской кампании в сети «Интернет» и ее апробация разрабатываются специально для целей настоящего мониторинга.

2.3. Объем (содержание) выполняемых работ:

Состав разделов:

Раздел 1. Разработка и реализация стратегии единой экосистемы коммуникаций в социальных сетях для реализации общественно-просветительской кампании в социальных сетях, мониторинг и анализ представленности общественно-просветительской кампании в социальных сетях.

Работы по созданию единой экосистемы коммуникаций в социальных сетях для популяризации охраны труда и сохранения здоровья на работе, в частности, популяризации профессии специалистов по охране труда, изменения восприятия роли специалистов по охране труда среди работников компаний и предприятий, а также системного информирования целевой аудитории общественно-просветительской кампании в регионах России по вопросам охраны труда и сохранения здоровья на работе распространяются на социальные сети Facebook, «ВКонтакте», Instagram, а также мессенджер Telegram и включают:

1.1. Разработка стратегии присутствия в социальных сетях, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе среди целевых групп:

- Обоснование использования социальных сетей с выбранной линией поведения с приведением актуальных статистических данных.
- Обоснование целевых аудиторий сообщества.
- Разработка коммуникационной идеи в социальных сетях.
- Подбор тональности.
- Разработка ключевых сообщений для целевой аудитории.
- Разработка плана продвижения и популяризации сообщества среди целевых групп для увеличения активности на страницах проекта в социальных сетях.

1.2. Разработка контентного плана:

- Разработка плана публикаций и предоставление на согласование не позднее 20 числа предыдущего месяца.
- Создание регулярного контента и предоставление на согласование не позднее, чем за 2 дня до публикации.

Оперативная подготовка и согласование срочных публикаций в течении дня.

1.3. Подготовка публикаций, направленных на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе среди целевых групп:

- Количество публикаций Telegram в месяц – 15.
- Количество публикаций Youtube в месяц - 4 (при условии предоставления контента Заказчиком).
- Количество публикаций Facebook в месяц – 15.
- Количество публикаций «ВКонтакте» в месяц – 15.

- Количество публикаций Instagram в месяц - 15, количество историй Instagram в месяц – 20.
- Количество дополнительных активностей в соцсетях – 2 за период контракта.

1.4. Администрирование официальных групп, направленных на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе среди целевых групп:

- Создание групп (аккаунтов) в соответствии с правилами оформления социальных сетей.
- Размещение публикаций согласованного контента.
- Ежедневный мониторинг активности комментариев и сообщений в директ сообщества (рабочие дни с 10 до 16 ч по Москве).
- Формирование регламента ответа на комментарии и сообщения, составление первичного базового Q&A на основе существующего опыта.
- Ежемесячное обновление Q&A на основе комментариев и поступающих вопросов.
- Модерация и сервисная поддержка сообществ.
- Проведение активностей.
- Удаление спама.

Каждый пост в социальных сетях Telegram, Youtube, Facebook, «ВКонтакте», Instagram должен состоять из рейтинга 120-500 знаков с пробелами и визуализации (в Telegram может не быть визуализации, только текст и ссылки), некоторые посты могут содержать гиперссылку на материал на сайте, хэштеги, специальные символы, отражающие эмоции.

Рейтинг поста должен быть составлен с глубокой погруженностью в тематику и проблематику производств и охрану труда на предприятиях. Все тексты должны соответствовать требованиям объективности, актуальности, оперативности, достоверности, точности.

Контент должен соответствовать обязательным требованиям к качеству и безопасности, предусмотренным для услуг данного рода, установленным техническими регламентами, государственными (национальными) стандартами и иными актами в соответствии с законодательством Российской Федерации о техническом регулировании.

1.5. Продвижение групп в социальных сетях Telegram, Youtube, Facebook, «ВКонтакте», Instagram в сети «Интернет».

Продвижение сообществ, направленных на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе среди целевых групп:

- Использование таргетированных инструментов на базе функционала социальных сетей.
- Использование инструментов PR для продвижения сообществ среди целевой аудитории.
- Использование лидеров мнений, спикеров и амбассадоров кампании для продвижения контента и сообществ.

Таргетирование в социальных сетях должно осуществляться от имени Заказчика.

Информационный охват с помощью таргетирования в Facebook и Instagram будет составлять суммарно в месяц не менее 70 000 человек ежемесячно.

Информационный охват с помощью таргетирования в «ВКонтакте» будет составлять суммарно в месяц не менее 40 000 человек ежемесячно.

Количество подписчиков по итогу 2021 года должно составить суммарно не менее 5 000 человек по каждой из социальных сетей Telegram, Facebook, «ВКонтакте», Instagram.

1.6. Отчетность, предоставляемая по итогам создания, наполнения и продвижения групп в социальных сетях Telegram, Youtube, Facebook, «ВКонтакте», Instagram в сети «Интернет».

Ежемесячный отчет должен содержать следующие параметры:

- Общее количество публикаций в каждом сообществе.
- Суммарный охват за месяц по каждому сообществу.
- Показатель вовлеченности по каждому сообществу.

- Рост сообщества по каждому сообществу.
- Социальная и демографическая структура по каждому сообществу.
- Результаты продвигаемого контента по каждому сообществу.
- Особые отметки и комментарии по каждому сообществу.
- Оформленный надлежащим образом ежемесячный отчет должен быть выслан по электронной почте в PDF формате контактному лицу не позднее 10 (десяти) рабочих дней месяца, следующего за окончанием отчетного.

Годовой отчет должен содержать следующие параметры:

- Среднемесячное количество публикаций в каждом сообществе.
- Динамика среднемесячного охвата за месяц по каждому сообществу.
- Динамика среднемесячного показателя вовлеченности по каждому сообществу.
- Динамика среднемесячного роста сообщества по каждому сообществу.
- Социальная и демографическая структура по каждому сообществу.
- Результаты продвигаемого контента по каждому сообществу.
- Особые отметки и комментарии по каждому сообществу.
- Оформленный надлежащим образом годовой отчет должен быть выслан по электронной почте в PDF формате контактному лицу не позднее 20 (двадцати) рабочих дней месяца, следующего за окончанием отчетного.

Раздел 2. Мониторинг и анализ представленности общественно-просветительской кампании в СМИ. Разработка оптимального комплекса отслеживаемых и анализируемых объектов мониторинга в рамках реализации общественно-просветительской кампании:

2.1. Еженедельный, ежемесячный и ежеквартальный анализ реализации общественно-просветительской кампании.

2.2. Объекты анализа (окончательный список Исполнитель согласовывает с Заказчиком):

- Название, ключевые сообщения и мероприятия общественно-просветительской кампании;
- Охрана труда;
- Травматизм на производстве;
- Безопасность труда/ безопасность на производстве;
- Средства индивидуальной защиты/СИЗ;
- Защита труда;
- Профзаболевания;
- Гигиена труда;
- Здоровье на рабочем месте;
- Условия труда;
- Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации и исполнительные органы по труду субъектов Российской Федерации в контексте темы безопасности труда.

Количество источников для каждого анализа – не менее 20 000 российских СМИ всех регионов Российской Федерации.

Параметры анализа: количество, тональность, распределение по видам и типам публикаций в сравнении с предыдущим периодом, топ-10 событий, топ-10 регионов, топ-10 городов, топ-10 СМИ, значимые события, которые влияют на общественное восприятие темы, визуализация ведущих словоформ периода в виде «облака тэгов».

Анализ предоставляется не позднее 5 рабочего дня после окончания анализируемого периода.

На основании ежемесячного и ежеквартального анализа разрабатываются рекомендации по повышению эффективности кампании.

Структура объектов и параметров анализа СМИ дорабатывается в процессе апробации.

Раздел 3. Изучение регионального сегмента Рунета на предмет выявления интернет-ресурсов, осуществляющих коммуникацию темы охраны труда, а также выявления лучших практик в области освещения темы охраны труда в сети Интернет и их трансляция:

3.1. Изучение региональных ресурсов исполнительных органов по труду субъектов Российской Федерации (официальных интернет-сайтов региональных органов по труду субъектов Российской Федерации), на предмет выявления глубины и системности в освещении Кампании, а именно:

- Наличие отдельной страницы, посвященной Кампании.
- Наличие упоминаний Кампании в текстах на официальном сайте.
- Частота упоминаний Кампании в текстах на официальном сайте.
- Характер упоминаний Кампании в текстах на официальном сайте.
- Тональность упоминаний Кампании в текстах на официальном сайте.
- Выявление лучших практик упоминания Кампании.

3.2. Изучение сайтов крупнейших национальных кампаний на предмет наличия коммуникации Кампании, а именно:

- Наличие упоминаний Кампании в текстах на официальном сайте.
- Частота упоминаний Кампании в текстах на официальном сайте.
- Характер упоминаний Кампании в текстах на официальном сайте.
- Тональность упоминаний Кампании в текстах на официальном сайте.
- Выявление лучших практик упоминания Кампании в сфере охраны труда.

3.3. Изучение регионального сегмента Рунета, на предмет выявления интернет-сайтов, осуществляющих коммуникацию темы охраны труда и релевантных тем (список тем согласовывается дополнительно).

3.4. Изучение сообществ в социальных сетях Telegram, Facebook, «ВКонтакте», Instagram, которые активны в настоящее время, посвященных теме Охраны труда и релевантным темам (список тем согласовывается дополнительно).

3.5. Составление рейтинга коммуникационной активности регионов в контексте Общественно-просветительской кампании.

3.6. Проведение вебинаров, транслирующих лучшие коммуникационные практики в сфере охраны труда, для работников служб охраны труда; ответственных руководителей работ с повышенной опасностью; работодателей организаций.

Раздел 4. Разработка методических рекомендаций по развитию и совершенствованию проведения общественно-просветительской кампании «Здоровье, Ответственность, Труд», направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе, алгоритма внедрения результатов.

4.1. Анализ реализации стратегии единой экосистемы коммуникаций в социальных сетях для реализации Кампании в социальных сетях и выявление наиболее эффективных форматов и элементов Кампании.

4.2. Выявление и типологизация лучших практик регионального сегмента рунета в области освещения темы охраны труда в сети Интернет.

4.3. Выявление взаимосвязи рейтинга коммуникационной активности регионов в контексте Кампании и наличием эффективных практик регионального сегмента рунета.

4.4. Описание рекомендуемого стандарта Кампании и рекомендуемого алгоритма внедрения.

2.4. Перечень требований к предмету разработки, уровням и способам выполнения:

- Работы должны соответствовать современному уровню российских и зарубежных кампаний и практики в этой сфере.
- Разработка методических рекомендаций по развитию и совершенствованию проведения общественно -просветительской кампании «Здоровье, Ответственность, Труд», направленной на

популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе, алгоритма внедрения результатов должны обеспечивать эффективность популяризации темы охраны труда и сохранения здоровья, формирования и понимания персональной ответственности представителей целевой аудитории за необходимость внимательного отношения к собственной безопасности и здоровью, формирования понимания, выявления и профилактики возникновения возможных опасных ситуаций на рабочем месте, формирования готовности к возможным опасностям и противодействию им, изучения видов опасностей и способов их преодоления, формирования атмосферы открытости и доверия среди работников в отношении сообщения об опасных ситуациях и рисках их возникновения, заботы о жизни и здоровье коллег. Разработка позволяет обеспечить оперативный и стратегический анализ реализации общественно-просветительской кампании как в текущем году, так и в последующие периоды.

- Разработка должна учитывать интересы всех представителей целевой аудитории и не должны оскорблять чьи-либо чувства.

Раздел 1. Разработка и реализация стратегии Кампании в социальных сетях, мониторинг и анализ представленности Кампании в социальных сетях

Исполнитель обеспечит создание стратегии коммуникации Кампании в социальных сетях в соответствии с условиями государственного контракта. Исполнителем будет разработана оптимальная стратегия, с учетом интересов целевых групп, а также мониторинг и анализ представленности в рамках реализации Кампании.

В ходе выполнения работ Исполнителем будут выполнены:

1.1. Разработка стратегии присутствия в социальных сетях, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе среди целевых групп:

Перечень требований по конкретизации содержания НИР по разработке стратегии присутствия в социальных сетях, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе среди целевых групп:

В рамках реализации Кампании Исполнителем будет разработана стратегия присутствия в социальных сетях, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе среди целевых групп. Стратегия присутствия в социальных сетях будет способствовать внедрению предупредительной модели управления охраной труда, модернизации инструментов государственного управления охраной труда, стимулированию работодателей к улучшению условий труда на рабочих местах, реализации государственных задач по снижению показателей производственного травматизма, а также реализации подпрограммы «Безопасный труд» Государственной программы «Содействие занятости населения». В частности, Исполнителем:

- 1) Будет реализован анализ медиа-потребления социальных сетей аудиторией Рунета, будут выявлены аудиторные предпочтения для каждой из основных социальных сетей.
- 2) Будет произведено обоснование сегментов целевых аудиторий создаваемого сообщества Кампании.
- 3) Будет произведено обоснование выбора социальных сетей в соответствии с медиа-предпочтениями сегментов целевых аудиторий для решения задач по популяризации темы охраны труда и сохранения здоровья на работе.
- 4) Будет рекомендована приоритезация социальных сетей для каждого сегмента целевой аудитории сообщества Кампании.
- 5) Будет реализован поиск инсайтов целевой аудиторий с проекцией на социальные сети.
- 6) Будет произведено обоснование использования выбранных социальных сетей с выбранной линией поведения и с приведением актуальных статистических данных.

- 7) Будет реализована разработка коммуникационной идеи сообщества Кампании в социальных сетях.
- 8) Будет произведен подбор тональности коммуникационной идеи сообщества Кампании в социальных сетях.
- 9) Будет реализован мониторинг тональности сообщений и упоминаний общественно-просветительской кампании для разработки инструментов, позволяющих поддержать позитивную тональность сообщений.
- 10) Будет произведена разработка ключевых сообщений для сегментов целевой аудитории сообщества Кампании.
- 11) Будет разработан контент-план выхода ключевых сообщений в социальных сетях в течение года.
- 12) Будет произведена разработка плана продвижения и популяризации сообщества среди сегментов целевой аудитории для увеличения активности на страницах сообщества в соцсетях. Структура стратегии и плана продвижения и популяризации сообщества будет дорабатываться в процессе апробации.
- 13) Стратегия предоставляется Заказчику в течении 28 календарных дней с момента подписания Контракта, но не позднее начала публикации контента.

1.2. Разработка контентного плана:

В рамках реализации Кампании Исполнителем будет сформирован и согласован с Заказчиком контентный план по Кампании в социальных сетях для эффективной реализации целей Кампании.

Перечень требований по конкретизации содержания НИР по разработке контентного плана:

- 1) На основе разработанной стратегии ежемесячно будут выбраны актуальные темы на последующий месяц реализации Кампании в выбранных социальных сетях.
- 2) Темы будут покрывать проблематику безопасности охраны труда и рассказывать о возможностях снижения травматизма на трех основных уровнях: личный, корпоративный и отраслевой.
- 3) На основе тем в каждом месяце будет проработан рейтинг постов на последующий месяц до 20 числа текущего месяца.
- 4) Запланированный контент будет актуализироваться накануне предстоящей к публикации неделе и может быть предложен к пересогласованию при наличии достаточных аргументов.
- 5) Рейтинг постов Кампании будет согласован с Заказчиком, при необходимости рейтинг дорабатывается Исполнителем на основе комментариев Заказчика в течении 2х рабочих дней, но не позднее дня выхода публикации.
- 6) Вместе с рейтингом будет предложено визуальное сопровождение (картинки или видео) для реализации Кампании.
- 7) На основе опытных данных будут выбраны дни и время публикаций для усиления эффекта реализации Кампании.
- 8) Регулярно будет проводится мониторинг контентного поля категории Кампании.
- 9) На основе мониторинга заранее выбранные темы контентного плана могут быть заменены при обосновании и согласовании данной замены с Заказчиком.
- 10) Контент также будет оперативно дополнительно согласован при изменении информационного поля и появления Кампании.

1.3. Подготовка публикаций, направленных на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе среди целевых групп:

Исполнителем на постоянной основе будут реализованы работы по созданию и подготовке публикаций Заказчика для последующего размещения в социальных сетях: Telegram, Youtube (при условии предоставления контента Заказчиком), Facebook, ВКонтакте, Instagram, направленных на

популяризацию темы охраны труда и сохранения здоровья на работе среди целевых групп и для эффективной реализации целей Кампании.

Перечень требований по конкретизации содержания НИР по подготовке публикаций, направленных на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе среди целевых групп:

- 1) Тональность публикаций Кампании будут учитывать особенности каждой социальной сети (Telegram, Youtube, Facebook, ВКонтакте, Instagram).
- 2) Публикации Кампании будут учитывать технические требования каждой площадки (Telegram, Youtube, Facebook, ВКонтакте, Instagram).
- 3) Тип публикаций Кампании будут учитывать, как российский, так и международный опыт.
- 4) Публикации в социальной сети Telegram будет учитывать особенности и интересы аудитории в новостной и/или профессиональной сфере.
- 5) Публикации в социальной сети Youtube будет учитывать особенности и интересы аудитории в профессиональной сфере.
- 6) Публикации в социальной сети Facebook будет учитывать особенности и интересы аудитории в новостной сфере.
- 7) Публикации в социальной сети ВКонтакте будет учитывать особенности и интересы аудитории в профессиональной сфере.
- 8) Публикации в социальной сети Instagram будет учитывать особенности и интересы аудитории в сфере образа жизни.
- 9) Будут использованы сообщения, призывающие оставаться здоровым, например: «Тебя дома ждет семья», «Помни о последствиях!».
- 10) Будут использованы реалистичные информационные материалы.
- 11) Будут использованы инструктирующие материалы.
- 12) Будут использованы призывы к ответственности.
- 13) Количество публикаций будет регулярным и оптимальным с точки зрения количества с учетом данного Технического задания:
 - Количество публикаций Telegram в месяц – не менее 15, но не более 20.
 - Количество публикаций Youtube в месяц – не менее 4, но не более 5 (при условии предоставления контента Заказчиком).
 - Количество публикаций Facebook в месяц – не менее 15-ти, но не более 20.
 - Количество публикаций «ВКонтакте» в месяц – не менее 15-ти, но не более 20.
 - Количество публикаций Instagram в месяц – не менее 15-ти, но не более 20, количество историй Instagram в месяц – не менее 20, но не более 30.
- 14) Дополнительные активности Кампании будут носить вовлекающий характер: конкурсная механика, викторина или тестирование с вопросами на знание темы «Охрана труда». Количество дополнительных активностей - 2 за период контракта.

1.4. Администрирование официальных групп, направленных на популяризацию охраны труда и сохранение здоровья на работе среди целевых групп:

Перечень требований по конкретизации содержания НИР по администрированию сообществ в рамках реализации Кампании:

- 1) Для всех групп Кампании будет назначен единый администратор.
- 2) Единый администратор будет выполнять полноценный менеджмент официальных групп Кампании: получение работы райтера, получение работы дизайнера, получение видеоматериалов, размещение контента в соответствии с контент планом, выставление расписания публикаций.

- 3) Администратор будет выполнять работы по ежедневному мониторингу активности сообщества, проверку комментариев и сообщений в директ сообщества (рабочие дни с 10 до 16 ч по Москве).
- 4) Единый администратор будет курировать работу группы специалистов: дизайнеров, райтеров, редакторов, корректоров.
- 5) Единый администратор будет отслеживать выпуск запланированных публикаций в рамках предусмотренного графика.
- 6) Единый администратор будет отслеживать климат сообщества и отслеживать кризисные события Кампании и в случае необходимости их нивелировать.
- 7) Единый администратор будет собирать данные из комментариев и обращений пользователей сообществ Кампании для использования их при планировании контента.
- 8) Единый администратор будет собирать данные из комментариев и обращений пользователей сообществ Кампании для использования их при первичном формировании и ежемесячном обновлении Q&A.
- 9) Модератор будет блокировать спам активность, проводить зачистку сообщества от нецензурных комментариев.

Каждый пост в социальных сетях Telegram, Facebook, «ВКонтакте», Instagram будет состоять из рейтинга 120-500 знаков с пробелами и визуализации (в Telegram может не быть визуализации, только текст и ссылки), некоторые посты могут содержать гиперссылку на материал на сайте, хэштеги, специальные символы, отражающие эмоции.

Рейтинг поста будет составлен с глубокой погруженностью в тематику и проблематику производств и охрану труда на предприятиях. Все тексты будут соответствовать требованиям объективности, актуальности, оперативности, достоверности, точности.

Контент будет соответствовать обязательным требованиям к качеству и безопасности, предусмотренным для услуг данного рода, установленным техническими регламентами, государственными (национальными) стандартами и иными актами в соответствии с законодательством Российской Федерации о техническом регулировании.

1.5. Продвижение групп в социальных сетях Telegram, Youtube, Facebook, «ВКонтакте», Instagram в сети «Интернет».

Исполнителем будет реализован комплекс инструментов для продвижения групп Кампании в социальных сетях и для обеспечения органического прироста аудитории и подписчиков.

Перечень требований по конкретизации содержания НИР по продвижению сообществ в социальных сетях Telegram, Youtube, Facebook, «ВКонтакте», Instagram в рамках реализации Кампании:

- 1) На основе согласованной стратегии и контентного плана Кампании будет разработан план продвижения в социальных сетях Telegram, Youtube, Facebook, «ВКонтакте», Instagram.
- 2) План продвижения будет учитывать все актуальные инструменты и алгоритмы социальных сетей для достижения наивысших результатов Кампании.
- 3) План таргетированного продвижения будет учитывать оба формата: посты и истории, интересы пользователей соответствующей соцсети.
- 4) План таргетированного продвижения Кампании будет состояться на предстоящий месяц и предусматривать как плановые количественные показатели (охваты уникальных пользователей, просмотры для видео), так и плановые качественные показатели (переходы в сообщество, вовлеченность).
- 5) Плановые количественные показатели таргетированного продвижения Кампании будут установлены на уровне, указанном в Техническом задании.
- 6) Плановые качественные показатели таргетированного продвижения Кампании будут пересматриваться ежемесячно на основе полученных данных в предыдущем месяце, а также сравниваться с выведенными по итогам предыдущих месяцев усредненными показателями.

- 7) Для продвижения сообществ будут использоваться также тематические сообщества, лидеры мнений и другие инструменты PR для дополнительного развития Кампании.
- 8) Для формирования сообщества ежемесячно будет использован формат “page like” в Facebook и Instagram и «Подписаться» в «ВКонтакте».
- 9) Объемы показателей будут запланированы на основе требований Технического задания:
 - Количество подписчиков по итогу 2021 года будет составлять суммарно во всех сообществах не менее 5 000 человек.
- 10) Таргетирование в социальных сетях будет осуществляться от имени Заказчика.

1.6. Отчетность, предоставляемая по итогам создания, наполнения и продвижения групп в социальных сетях Telegram, Youtube, Facebook, «ВКонтакте», Instagram в сети «Интернет».

Перечень требований по конкретизации содержания НИР по формированию отчетности, предоставляемой по итогам создания, наполнения и продвижения групп в социальных сетях Telegram, Youtube, Facebook, «ВКонтакте», Instagram в рамках реализации Кампании:

- 1) Будет сформирован единый шаблон отчета для ежемесячной и ежегодной отчетности с отображением результатов Кампании.
- 2) Ежемесячный отчет будет содержать табличные данные с показателями эффективностями, сравнения плана и факта, текстовые комментарии к полученным значениям Кампании.
- 3) Ежегодный отчет (по итогу 2021 года) будет содержать табличные данные с показателями эффективностями, динамические графики и чарты, текстовые комментарии полученных результатов Кампании.
- 4) Ежемесячный отчет будет содержать указанные в Техническом задании показатели, а также может быть дополнен дополнительными данными, отображающие результаты Кампании.
- 5) Отчет за предыдущий месяц будет использоваться в качестве опорных знаний для формирования дальнейшей работы над контентом Кампании.
- 6) Ежемесячно в отчете будут указываться вновь сформированные средние показатели.
- 7) В ежегодном отчете (по итогам 2021 года) будут указаны выводы и базовые рекомендации для дальнейшего проведения Кампании.
- 8) В отчет будут входить скриншоты публикаций со страниц сообщества.
- 9) В отчет будут входить скриншоты данных аудитории на основе статистики аккаунтов.
- 10) В ежемесячном отчете будут выделены данные, которые далее попадут в базу отчетности для удобства доступа и мониторинга.

Раздел 2. Мониторинг и анализ представленности Кампании в СМИ. Разработка оптимального комплекса отслеживаемых и анализируемых объектов мониторинга в рамках реализации Кампании

Исполнитель обеспечит организацию и проведение мониторинга и последующего анализа представленности Кампании в СМИ в соответствии с условиями государственного контракта. Исполнителем будет разработан оптимальный комплекс отслеживаемых и анализируемых объектов мониторинга в рамках реализации Кампании, с помощью которых Исполнителем будет подготовлен еженедельный, ежемесячный мониторинг СМИ с анализом результатов, представляемых в аналитической записке, подготовке аналитических отчетов за III, IV кварталы 2021 года, а также аналитического отчета по итогам 2020 года, содержащего медиа-анализ СМИ и аналитику динамики реализации Кампании.

В ходе выполнения работ Исполнителем будут выполнены:

2.1. Еженедельный, ежемесячный и ежеквартальный анализ реализации Кампании.

Перечень требований по конкретизации содержания НИР по еженедельному, ежемесячному и ежеквартальному анализу реализации Кампании:

- 1) Будет реализован анализ массива российских СМИ для поиска объектов, финальный список которых будет согласован с Заказчиком.

- 2) Будет реализован анализ представленности Кампании в СМИ.
- 3) Ежедневный, ежемесячный и ежеквартальный анализ реализации Кампании будет направлен на разработку оптимального комплекса отслеживаемых и анализируемых объектов мониторинга в рамках реализации Кампании.
- 4) Ежедневный, ежемесячный и ежеквартальный анализ реализации Кампании позволит оценить эффективность реализации целей Кампании.
- 5) Ежедневный, ежемесячный и ежеквартальный анализ реализации общественно-просветительской Кампании будет осуществлен на основе мониторинга российских федеральных и региональных печатных, интернет-изданий, информационных агентств, а также ТВ и радио на базе электронной библиотеки «Медиалогия» (более 20 тыс. изданий).
- 6) Ежедневный, ежемесячный и ежеквартальный анализ реализации Кампании позволит оценить промежуточные результаты реализации Кампании.
- 7) Ежедневный, ежемесячный и ежеквартальный анализ реализации Кампании позволит сформулировать предложения по дальнейшей корректировке тактики Кампании в СМИ.
- 8) Структура параметров анализа СМИ будет дорабатываться в процессе апробации.

2.2. Анализ объектов (окончательный список объектов Исполнитель согласовывает с Заказчиком).

Перечень требований по конкретизации содержания НИР по анализу объектов (окончательный список Исполнитель согласовывает с Заказчиком):

- 1) Будут согласованы с Заказчиком ключевые сообщения и мероприятия Кампании для последующего анализа присутствия в информационном поле СМИ Российской Федерации.
- 2) Будут согласованы с Заказчиком основные эксперты Кампании для анализа представленности Кампании в СМИ.
- 3) С помощью мониторинга будут выявлены значимые события, которые влияют на общественное восприятие темы охраны труда и сохранения здоровья на работе.
- 4) Будет реализован мониторинг объектов Кампании для анализа представленности Кампании в СМИ и динамики информационной активности Заказчика в сравнении с предыдущими временными периодами.
- 5) На основе мониторинга и анализа объектов Кампании будет реализована оценка эффективности реализации целей Кампании.
- 6) На основе мониторинга и анализ объектов Кампании будут разработаны рекомендации по повышению эффективности Кампании.
- 7) С помощью анализа объектов будет скорректирована тактика Кампании в СМИ.
- 8) Структура объектов анализа СМИ будет дорабатываться в процессе апробации.

Раздел 3. Изучение регионального сегмента Рунета на предмет выявления интернет-ресурсов, осуществляющих коммуникацию темы охраны труда, а также выявления лучших практик в области освещения темы охраны труда в сети Интернет и их трансляция

3.1. Изучение региональных ресурсов исполнительных органов по труду субъектов Российской Федерации (официальных интернет-сайтов региональных органов по труду субъектов Российской Федерации), на предмет выявления глубины и системности в освещении Кампании.

Перечень требований по конкретизации содержания НИР по изучению региональных ресурсов исполнительных органов по труду субъектов Российской Федерации (официальных интернет-сайтов региональных органов по труду субъектов Российской Федерации), на предмет изучения с целью выявления глубины и системности в освещении Кампании:

- 1) Будет проведена проверка наличия отдельной страницы, посвященной Кампании;
- 2) Будет проведена проверка наличия упоминаний Кампании в текстах на официальном сайте;
- 3) Будет проведен анализ частоты упоминаний Кампании в текстах на официальном сайте;
- 4) Будет проведен анализ характера упоминаний Кампании в текстах на официальном сайте;
- 5) Будет проведен анализ тональности упоминаний Кампании в текстах на официальном сайте;

б) Будут выявлены лучшие практики упоминания Кампании.

3.2. Изучение сайтов крупнейших национальных компаний на предмет наличия коммуникации Кампании, а именно:

Перечень требований по конкретизации содержания НИР по изучению сайтов крупнейших национальных компаний на предмет наличия коммуникации Кампании:

- 1) Будет проведена проверка наличия упоминаний Кампании в текстах на официальном сайте;
- 2) Будет проведен анализ частоты упоминания Кампании в текстах на официальном сайте;
- 3) Будет проведен анализ характера упоминаний Кампании в текстах на официальном сайте;
- 4) Будет проведен анализ тональности упоминаний Кампании в текстах на официальном сайте;
- 5) Будут выявлены лучшие практики упоминания Кампании в сфере охраны труда.

3.3. Изучение регионального сегмента Рунета на предмет выявления интернет-сайтов, осуществляющих коммуникацию темы охраны труда и релевантных тем (список тем согласовывается дополнительно).

Перечень требований по конкретизации содержания НИР по изучению регионального сегмента Рунета на предмет выявления интернет-сайтов, осуществляющих коммуникацию темы охраны труда и релевантных тем (список тем согласовывается дополнительно):

- 1) Будет проведен мониторинг наличия региональных интернет-сайтов, осуществляющих коммуникацию по теме охраны труда;
- 2) Будет проведено ранжирование, отбор и формирование короткого списка региональных интернет-сайтов с релевантным уровнем качества контента;
- 3) Будет проведен анализ частоты упоминания темы охраны труда на региональных интернет-сайтах из сформированного короткого списка;
- 4) Будет проведен анализ характера продвижения темы охраны труда на региональных интернет-сайтах из сформированного короткого списка;
- 5) Будет проведен анализ тональности продвижения темы охраны труда на региональных интернет-сайтах из сформированного короткого списка;
- 6) Будут выявлены лучшие практики упоминания охраны труда на региональных интернет-сайтах из сформированного короткого списка.

3.4. Изучение сообществ в социальных сетях Telegram, Facebook, «ВКонтакте», Instagram, которые активны в настоящее время, посвященных теме Охраны труда и релевантным темам (список тем согласовывается дополнительно).

Перечень требований по конкретизации содержания НИР по изучению сообществ в социальных сетях Telegram, Facebook, «ВКонтакте», Instagram, которые активны в настоящее время, посвященных теме Охраны труда и релевантным темам (список тем согласовывается дополнительно):

- 1) Будет проведен мониторинг наличия сообществ в социальных сетях Telegram, Facebook, «ВКонтакте», Instagram, которые активны в настоящее время, посвященных теме Охраны труда и релевантным темам;
- 2) Будет проведено ранжирование, отбор и формирование короткого списка сообществ в социальных сетях Telegram, Facebook, «ВКонтакте», Instagram с релевантным уровнем качества контента, которые активны в настоящее время, посвященных теме Охраны труда и релевантным темам;
- 3) Будет проведен анализ частоты продвижения темы охраны труда в сообществах в социальных сетях Telegram, Facebook, «ВКонтакте», Instagram из сформированного короткого списка;
- 4) Будет проведен анализ характера продвижения темы охраны труда в сообществах Telegram, Facebook, «ВКонтакте», Instagram из сформированного короткого списка;

- 5) Будет проведен анализ тональности продвижения темы охраны труда в сообществах Telegram, Facebook, «ВКонтакте», Instagram из сформированного короткого списка;
- 6) Будут выявлены лучшие практики продвижения темы охраны труда в сообществах Telegram, Facebook, «ВКонтакте», Instagram из сформированного короткого списка.

3.5. Составление рейтинга коммуникационной активности регионов в контексте Кампании.

Перечень требований по конкретизации содержания НИР по составлению рейтинга коммуникационной активности регионов в контексте Кампании:

- 1) Будет предложена методология ранжирования.
- 2) Будет составлена единая таблица регионов, содержащая информацию по наличию региональных интернет-сайтов, осуществляющих коммуникацию по теме охраны труда.
- 3) Будут выявлены регионы, в которых более высокий интерес к теме Охраны труда, а также к тематике и мероприятиям Кампании.
- 4) Для этих регионов будут разработаны специальные мероприятия по усилению кампании.
- 5) Будут выявлены регионы с наиболее высокой интернет-отдачей по тематике и мероприятиям кампании.
- 6) Для этих регионов будут разработаны коммуникационные проекты более сложного уровня с более высокой результативностью.

3.6. Проведение вебинаров, транслирующих лучшие коммуникационные практики в сфере охраны труда, для работников служб охраны труда; ответственных руководителей работ с повышенной опасностью; работодателей организаций.

Перечень требований по конкретизации содержания НИР по проведению вебинаров, транслирующих лучшие коммуникационные практики в сфере охраны труда, для работников служб охраны труда; ответственных руководителей работ с повышенной опасностью; работодателей организаций:

- 1) Определение целевых групп, должностей, типов предприятий, территорий, для которых участие в семинарах наиболее эффективны.
- 2) Определение времени старта серии вебинаров с учетом готовности методических рекомендаций по развитию и совершенствованию проведения Кампании.
- 3) Определение этапности проведения семинаров по географии и сферам деятельности.
- 4) Определение календаря вебинаров.
- 5) Формирование списков приглашаемых участников.
- 6) Определение содержания вебинара, включающего презентацию стратегии и тактики Кампании, описание лучших региональных практик, эффективных решений текущей Кампании.
- 7) Определение спикеров.
- 8) Организация подготовки всех выступлений и электронных презентаций.
- 9) Подготовка рассылочных материалов.
- 10) Анонсирование, приглашение, регистрация и обеспечение доступа к вебинару.
- 11) Рассылка материалов, пост-коммуникация с участниками.
- 12) Рефлексия вебинара и корректировка.

Раздел 4. Разработка методических рекомендаций по развитию и совершенствованию проведения Кампании, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе, алгоритма внедрения результатов

Перечень требований по конкретизации содержания НИР по разработке методических рекомендаций:

- 1) Выявление связи между эффективностью работы по охране труда и сохранению здоровья на рабочем месте, коммуникационной активностью, лучшими решениями в ходе реализации Кампании.

- 2) Разработка рекомендуемого стандарта Кампании.
- 3) Разработка форматов взаимного усиления коммуникационной активности в региональных СМИ и в региональном сегменте рунета и социальных сетей.
- 4) Детализация рекомендуемого алгоритма внедрения рекомендаций, включая этапность и реперные точки.

2.5. Описание методологии:

Методология должна включать в себя требования к используемым методам и способам организации и проведения исследования.

Раздел 1. Описание методологии разработки и реализации стратегии Кампании в социальных сетях, мониторинга и анализа представленности Кампании в социальных сетях

1.1. Описание методологии разработки стратегии присутствия в социальных сетях.

Методология оказания данного вида услуг представляет совокупность следующих методов:

- 1) Метод анализа экономического анализа медиа-рынка.
- 2) Метод SWOT относительно категории:
 - сильные и слабые стороны категории;
 - поиск неиспользованных возможностей тематики).
- 3) Метод анализа рынка медиа-каналов (медиа-ландшафта).
- 4) Метод категорийного коммуникационного анализа рынка:
 - подбор схожих по тематике участников рынка;
 - поиск схожих параметров;
 - поиск отличительных параметров;
 - поиск свободных ниш коммуникаций.
- 5) Метод анализа медиа-потребления аудиторией рынка (категории).
- 6) Метод определения медиа-микс (перечня релевантных каналов и форматов).
- 7) Метода поиска коммуникационной идеи и её тональности на основании инсайтов и барьеров.
- 8) Метод матрицы ключевых сообщений.
- 9) Метода разработки календарного коммуникационного плана «Каналы-Сообщения».

1.2. Описание методологии разработки контентного плана.

Методология оказания данного вида услуг представляет совокупность следующих методов:

- 1) Метод комплексного анализа информации
 - категория в целом
 - рубрики категории
 - подтемы категории
 - «вечные» сообщения
 - «упущенные» сообщения
- 2) Метод выявления инсайтов аудиторий
 - построение портрета аудитории на основе социально демографических параметров
 - расширение портрета интересами
 - построения цикла одного дня
 - прорисовка облака инсайтов (когнитивных триггеров)
- 3) Метод построения гипотезы.
- 4) Метод вычисления трендов.
- 5) Метод работы с потребностями аудитории.
- 6) Метод отработки барьеров аудитории. Барьер – один из основных «стоп» элементов при восприятии сообщения
- 7) Метод чередующихся рубрик:
 - полезные

- развлекательные
- категорийные (относящиеся непосредственно к основной задаче, условному продукту).

8) Метод графического сообщения: визуальная передача текстовой части.

1.3. Описание методологии подготовки публикаций, направленных на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе среди целевых групп.

Методология оказания данного вида услуг представляет совокупность следующих методов:

- 1) Метод копирайтинга. В данном методе учитываются особенности каждой социальной сети. Текст должен быть «знакомым», содержать определенные, уже понятные аудитории «формулы» текста. Например, Instagram некоторые слова должны быть проставлены символами «эмоджи» или подкреплены ими. На первый взгляд это может казаться не важным, но для аудитории это одна из частей рецептивности коммуникации.
- 2) Метод Call-to-action: призыв совершить действие, позволяющий вовлечь аудиторию в диалог.
- 3) Метод Storytelling: последовательный контент, развивающий предыдущее сообщение. Помогает удерживать внимание лояльной аудитории в течении длительного периода времени.
- 4) Метод адаптивного изложения материалов.
- 5) Метод запланированного или отложенного постинга.
- 6) Метод вовлекающих механик.
- 7) Метод графической отображения информации.
- 8) Метод инфографического отображения сообщения.
- 9) Метод редакторской и корректорской вычитки.

1.4. Описание методологии администрирования официальных групп, направленных на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе среди целевых групп.

Методология оказания данного вида услуг представляет совокупность следующих методов:

- 1) Метод единого контроллинга.
- 2) Метод управления и ведения сообществ полного спектра, в котором предусмотрен не только отдельная публикация постов, но и полноценное общение с членами сообществ.
- 3) Метод адаптивного управления, которые позволяет объединить совокупность процессов в единую систему.
- 4) Метод динамического управления. При этом методе учитывается «канва» происходящего. Особенно важно на этапе состоявшегося сообщества, когда во многих случаях можно наблюдать недопустима «шаблонность работы» с сообществом.
- 5) Метод обеспечения здорового климата сообщества.
- 6) Метод классического SMM.

1.5. Описание методологии продвижения групп в социальных сетях Telegram, Youtube, Facebook, «ВКонтакте», Instagram в сети «Интернет».

Методология оказания данного вида услуг представляет совокупность следующих методов:

- 1) Метод сбора статистических данных, что является базовым методом для работы при планировании таргетированных кампаний.
- 2) Метод анализа статистических данных.
- 3) Количественные методы прогнозных данных рекламных кабинетов Facebook Business и «ВКонтакте» (VK Business).
- 4) Метод структурного анализа данных.
- 5) Метод Пост-кампейн оптимизации. Своевременно построение пост-кампейн анализа позволяет укрепить результаты последующих таргетированных кампаний.
- 6) Метод А-Б тестирования тональности сообщений.
- 7) Метод посева контента в пабликах. Этот метод позволяет добрать охваты и укрепить таргетированные инструменты.

8) Метод «тест-драйва» с привлечение лидеров мнений. Также позволяет добрать охваты и укрепить таргетированные инструменты.

1.6. Описание методологии подготовки отчетности по итогам создания, наполнения и продвижения групп в социальных сетях Telegram, Youtube, Facebook, «ВКонтакте», Instagram в сети «Интернет».

Методология оказания данного вида услуг представляет совокупность следующих методов:

- 1) Метод сравнительных данных.
- 2) Графический метод.
- 3) Метод аналитики.
- 4) Метод регулярного мониторинга.
- 5) Метод построения трендов.
- 6) Метод показателей эффективности.
- 7) Метод активности аудитории. Активность аудитории (так называемый Engagement) один из базовых параметров оценки воздействия контента на аудиторию.
- 8) Метод оценки конверсий. Особенно важен после получения первых результатов.

Раздел 2. Мониторинг и анализ представленности Кампании в СМИ. Разработка оптимального комплекса отслеживаемых и анализируемых объектов мониторинга в рамках реализации Кампании

2.1. Описание методологии еженедельного, ежемесячного и ежеквартального анализа реализации Кампании.

Методология оказания данного вида услуг представляет совокупность следующих методов:

- 1) Метод формирования базы СМИ.
- 2) Метод сбора данных в СМИ.
- 3) Метод анализа объектов СМИ.
- 4) Метод отбора информации, необходимой для анализа.
- 5) Метод выбора типа источников, в том числе:
 - Печатные СМИ (газеты, журналы).
 - Онлайн-СМИ.
 - ТВ-каналы.
 - Радиостанции.
 - Другие типы СМИ.
- 6) Метод формирования и предоставления статистического анализа публикаций СМИ (информационных агентств, печатных изданий (газет, журналов), интернет-изданий, транскриптов ТВ-сюжетов и радиоэфира) по исследуемым темам и объектам за неделю, месяц и квартал с применением автоматических систем мониторинга СМИ.
- 7) Метод определения тональности материалов.
- 8) Метод анализа полученных результатов.

2.2. Описание методологии объектов анализа (окончательный список Исполнитель согласовывает с Заказчиком).

Методология оказания данного вида услуг представляет совокупность следующих методов:

- 1) Метод отбора объектов анализа:
 - Название, ключевые сообщения и мероприятия Кампании.
 - Охрана труда.
 - Травматизм на производстве.
 - Безопасность труда/ безопасность на производстве.
 - Средства индивидуальной защиты / СИЗ
 - Защита труда.

- Профзаболевания.
 - Гигиена труда.
 - Здоровье на рабочем месте.
 - Условия труда.
 - Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации и исполнительные органы по труду субъектов Российской Федерации в контексте темы безопасности труда.
- 2) Метод поисковых запросов - набора слов, позволяющего собрать массив данных из традиционных медиа, который содержит упоминания об объектах исследования.
 - 3) Метод выбора типа источников, в том числе:
 - Печатные СМИ (газеты, журналы).
 - Онлайн-СМИ.
 - ТВ-каналы.
 - Радиостанции.
 - Другие типы СМИ.
 - 4) Метод выборки количества источников, взятых для анализа: не менее 30 000 российских СМИ.
 - 5) Метод выборки географического положения СМИ (федеральный и региональный уровень, все регионы Российской Федерации).
 - 6) Метод определения параметров анализа, в том числе:
 - Количество публикаций.
 - Тональность публикации.
 - Распределение по видам и типам публикаций в сравнении с предыдущим периодом.
 - Топ-10 событий (по количеству сообщений).
 - Топ-10 регионов (по количеству сообщений).
 - Топ-10 городов (по количеству сообщений).
 - Топ-10 СМИ (по количеству сообщений).
 - Значимые события, которые влияют на общественное восприятие темы.
 - Топ высокочастотных слов за период исследования в виде «облака тэгов».

Анализ предоставляется не позднее 5 рабочего дня после окончания анализируемого периода. Отчет предоставляется на русском языке, формат файла и стиль оформления согласовываются с Заказчиком дополнительно.

Отчеты, подготовленные Исполнителем, будут содержать статистический анализ публикаций СМИ (информационных агентств, печатных изданий (газет, журналов), интернет-изданий, транскриптов ТВ-сюжетов и радиоэфира) по исследуемым темам и объектам за неделю, месяц и квартал с применением автоматических систем мониторинга СМИ.

На основании ежемесячного и ежеквартального анализа будут разработаны рекомендации по повышению эффективности Кампании.

Структура объектов и параметров анализа СМИ будет дорабатываться в процессе апробации.

Раздел 3. Изучение регионального сегмента Рунета на предмет выявления интернет-ресурсов, осуществляющих коммуникацию темы охраны труда, а также выявления лучших практик в области освещения темы охраны труда в сети Интернет и их трансляция

3.1. Описание методологии изучения региональных ресурсов исполнительных органов по труду субъектов Российской Федерации (официальных интернет-сайтов региональных органов по труду субъектов Российской Федерации), на предмет выявления глубины и системности в освещении Кампании.

Методология оказания данного вида услуг представляет совокупность следующих методов:

- 1) Метод составления семантического ядра. Подбор ключей, которые позволят провести анализ наличия упоминаемости темы Охраны труда.

- 2) Метод сбора данных.
- 3) Метод сведения данных.
- 4) Метод построения базы.
- 5) Метод интервального сравнения.

3.2. Описание методологии изучения сайтов крупнейших национальных компаний на предмет наличия коммуникации Кампании.

Методология оказания данного вида услуг представляет совокупность следующих методов:

- 1) Метод составления семантического ядра. Подбор ключей, которые позволят провести анализ наличия упоминаемости темы Охраны труда.
- 2) Метод сбора данных
- 3) Метод фиксации данных.
- 4) Метод построения базы.
- 5) Метод построения гипотезы.

3.3. Описание методологии изучения регионального сегмента Рунета, на предмет выявления интернет-сайтов, осуществляющих коммуникацию темы охраны труда и релевантных тем (список тем согласовывается дополнительно).

Методология оказания данного вида услуг представляет совокупность следующих методов:

- 1) Метод составления семантического ядра. Подбор ключей, которые позволят провести анализ наличия упоминаемости темы Охраны труда.
- 2) Метод сбора данных
- 3) Метод фиксации данных.
- 4) Метод построения гипотезы.
- 5) Метод переложения данных анализа.

3.4. Описание методологии изучения сообществ в социальных сетях Telegram, Facebook, «ВКонтакте», Instagram, которые активны в настоящее время, посвященных теме Охраны труда и релевантным темам (список тем согласовывается дополнительно).

Методология оказания данного вида услуг представляет совокупность следующих методов:

- 1) Метод составления семантического ядра. Подбор ключей, которые позволят провести анализ наличия упоминаемости темы Охраны труда.
- 2) Метод сбора данных
- 3) Метод фиксации данных.
- 4) Метод построения гипотезы.
- 5) Метод переложения данных анализа.
- 6) Метод взаимной верификации данных из нескольких источников.

3.5. Описание методологии составления рейтинга коммуникационной активности регионов в контексте Кампании.

Методология оказания данного вида услуг представляет совокупность следующих методов:

- 1) Метод оптимизации параметров наблюдения.
- 2) Метод верификации инструментария наблюдения.
- 3) Метод оптимизации набора инструментов.
- 4) Метод оптимизации алгоритма оперативного анализа.
- 5) Метод оптимизации выдачи результатов.
- 6) Метод инфографики.
- 7) Метод проверки универсальности.

3.6. Описание методологии проведения вебинаров, транслирующих лучшие коммуникационные практики в сфере охраны труда, для работников служб охраны труда; ответственных руководителей работ с повышенной опасностью; работодателей организаций.

- 1) Метод сегментации целевых аудиторий.
- 2) Метод приоритезации – для определения первоочередных целевых аудиторий и географии.
- 3) Метод таргетинга для фокусировки усилий на приоритетных аудиториях.
- 4) Метод построения сетевых графиков для определения старта серии вебинаров.
- 5) Метод таймлайн для составления календаря.
- 6) Метод брейнсторминга для разработки содержания вебинаров.
- 7) Метод визуализации и инфографики для подготовки электронных презентаций.
- 8) Метод многоконтактной коммуникации для повышения вероятности участия.
- 9) Метод КРІ для повышения эффективности трансляции содержания вебинара.
- 10) Методы рефлексии и обратной связи для повышения эффективности последующих вебинаров.

Раздел 4. Разработка методических рекомендаций по развитию и совершенствованию проведения Кампании направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе, алгоритма внедрения результатов

Описание методологии разработки методических рекомендаций.

Методология оказания данного вида услуг представляет совокупность следующих методов:

1. Метод системного анализа информации.
2. Метод функционального анализа информации.
3. Метод ретроспективного анализа информации.
4. Метод комплексного анализа информации.
5. Метод контент-анализа информации.
6. Метод определения географии исследования.
7. Методология оказания данного вида услуг представляет совокупность следующих методов:
8. Метод дифференциации необходимого минимума: данные должны быть минимально достаточными для выбора.
9. Последовательный метод данных.
10. Метод коллаборации разноформатных данных. Наложение одних данных на другие, дополнение одних форматов другими помогают расширить покрытие коммуникации или увеличить частоту контакта с аудиторией.
11. Метод классификации.
12. Метод ранжирования эффективности.
13. Метод управления по образцам.
14. Метод тиражирования социальных практик.
15. Метод синергетического эффекта.

Описание плана работ:

- Разработка инструментария для выявления эффективных решений и лучших практик.
- Формирование массива эффективных решений в рамках реализации Кампании.
- Формирование массива лучших практик по отдельным структурам регионального сегмента рунета.
- Агрегация, обработка и анализ данных, полученных по результатам выявления эффективных результатов и лучших практик.
- Выявление связи между эффективностью работы по охране труда и сохранению здоровья на рабочем месте, коммуникационной активностью, лучшими решениями в ходе реализации Кампании.
- Формирование стандарта рекомендуемых решений и практик.
- Методическое описание рекомендуемого стандарта Кампании.

- Описание форматов взаимного усиления коммуникационной активности в региональных СМИ и в региональном сегменте рунета и социальных сетей.
- Детализация рекомендуемого алгоритма внедрения рекомендаций, включая этапность и реперные точки.
- Формирование отчетной документации в соответствии с условиями государственного контракта.
- Передача отчетной документации Заказчику.

2.6. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР:

Для решения поставленной задачи используется следующий путь:

- анализ механизмов реализации кампаний;
- анализ плановых и фактических результатов общественно-просветительской кампании, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе с порядком организации и алгоритмом проведения указанной кампании, социологического исследования процесса;
- анализ информационных и методических материалов.

Раздел 1. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части разработки и реализации стратегии Кампании в социальных сетях, мониторинга и анализа представленности Кампании в социальных сетях:

1.1. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части разработки стратегии присутствия в социальных сетях:

Обоснование выбора путей решения задач по НИР в части разработки стратегии присутствия в социальных сетях:

Стратегия коммуникации Кампании в социальных сетях, направленной на рост осведомленности и популяризацию охраны труда и сохранения здоровья позволит реализовать эффективную коммуникационную кампанию в соответствии с целями коммуникации.

Обоснование выбора методов решения задач по НИР в части разработки стратегии присутствия в социальных сетях:

Разработка коммуникационной стратегии позволит:

- 1) Сформулировать стратегию, опираясь на актуальную ситуацию на медиа-рынке, тренды и тенденции.
- 2) Определить график работ по реализации стратегии.
- 3) Определить частоту проверки реализации стратегии по выбранным показателям.
- 4) Реализовывать коммуникационную кампанию в соответствии со стратегией.
- 5) Вносить изменения согласно графику работ.

1.2. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части разработки контентного плана:

Обоснование выбора путей решения задач по НИР в части разработки контентного плана:

Контент план Кампании направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья позволит добиться планомерной и регулярной работы для построения эффективной коммуникации.

Обоснование выбора методов решения задач по НИР в части разработки контентного плана:

Построение контентного плана позволит:

- 1) Предусмотреть актуальные практики и тренды.
- 2) Выстроить регулярный темп и график работ.
- 3) Наглядно сопоставить чередование коммуникационных сообщений.
- 4) Вносить изменения.
- 5) Планировать отдельные элементы контента.

1.3. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части подготовки публикаций, направленных на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе среди целевых групп:

Обоснование выбора путей решения задач по НИР в части подготовки публикаций:

Создание контента в коммуникации посредством социальных сетей является основным транслирующим элементом. Через готовый контент аудитория Кампании будет получать сообщения, содержащие ключевые идеи о важности и сущности охраны труда и сохранения здоровья.

Визуальные элементы контента эффективно доносят смысловое послание до аудитории и позволяют вовлечь ее в коммуникацию, сформировать знание.

Обоснование выбора методов решения задач по НИР в части подготовки публикаций:

Регулярные публикации в социальных сетях позволят:

- 1) Доносить сформулированные в рамках запланированных рубрик сообщения.
- 2) Визуальная часть публикаций позволит эмоционально воздействовать на аудиторию.
- 3) Публикации определённых рубрик позволят вовлекать аудиторию сообщества.
- 4) Вести непрерывную коммуникацию для формирования знания и мнения аудитории о важности и сущности охраны труда и сохранения здоровья.
- 5) Привлекать аудиторию к выполнению заданий и участию в конкурсах.

1.4. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части администрирования официальных групп, направленных на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе среди целевых групп:

Обоснование выбора путей решения задач по НИР в части администрирования официальных групп:

Администрирование сообщества необходимо для проведения комплексной и регулярной работы со всеми этапами подготовки, создания и контролю работы Кампании, работой с сообществами, проведения необходимых активностей.

Обоснование выбора методов решения задач по НИР в части администрирования официальных групп:

Администрирование сообществ в социальных сетях позволит:

- 1) Контролировать выход запланированного контента корректно и вовремя.
- 2) Управлять процессами внутри сообщества, общаться с аудиторией.
- 3) Отслеживать и анализировать процессы в сообществе.
- 4) Вовремя реагировать на происходящее в сообществе и принимать верные действия.
- 5) Отслеживать и зачищать негативные активности извне.

1.5. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части продвижения групп в социальных сетях Telegram, Youtube, Facebook, «ВКонтакте», Instagram в сети «Интернет»:

Обоснование выбора путей решения задач по НИР в части продвижения групп в социальных сетях Facebook, «ВКонтакте»:

Работа по продвижению сообществ необходимо для донесения до целевых групп аудитории ключевые сообщения Кампании, созданных в рамках контент плана и размещенных на страницах групп.

Наращивание охвата Кампании необходимо для того, чтобы донести сообщение до целевой аудитории, которая до этого могла не задумываться о необходимости соблюдения принципов охраны труда и сохранения здоровья.

Обоснование выбора методов решения задач по НИР в части продвижения групп в социальных сетях Facebook, «ВКонтакте»:

Проведение продвижения в социальных сетях позволят:

- 1) Планировать оптимальную с точки зрения охватов продвижение сообщений Кампании.
- 2) Максимально использовать возможности социальных сетей.
- 3) Анализировать реакции аудитории и выявлять отношения к проблематике.
- 4) Увеличивать охват сообщений.
- 5) Увеличивать участников сообщества.

1.6. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части отчетности по итогам создания, наполнения и продвижения групп в социальных сетях Telegram, Youtube, Facebook, «ВКонтакте», Instagram в сети «Интернет»:

Обоснование выбора путей решения задач по НИР в части отчетности по итогам создания, наполнения и продвижения групп в социальных сетях Telegram, Youtube, Facebook, «ВКонтакте», Instagram в сети «Интернет»:

Подготовка и составление регулярной отчетности по итогам поведенных работ Кампании в социальных сетях необходимы для полноценной оценки эффективности проведенных мероприятий.

Обоснование выбора методов решения задач по НИР в части отчетности по итогам создания, наполнения и продвижения групп в социальных сетях Telegram, Youtube, Facebook, «ВКонтакте», Instagram в сети «Интернет»:

Отчетность по итогам проведенных работ в социальных сетях позволит:

- 1) Оценивать выполнение показатели относительно запланированных.
- 2) Визуально видеть динамику развития сообщества.
- 3) Своевременно принимать решения по оптимизации проведения Кампании.
- 4) Укреплять существующие гипотезы или протраивать новые для коммуникации с аудиторией.
- 5) Оценивать результаты как комплексно, так и отдельные этапы коммуникации.

Раздел 2. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части мониторинг и анализ представленности Кампании в СМИ. Разработка оптимального комплекса отслеживаемых и анализируемых объектов мониторинга в рамках реализации Кампании

2.1. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части еженедельного, ежемесячного и ежеквартального анализа реализации Кампании:

Обоснование выбора путей решения задач по НИР в части еженедельного, ежемесячного и ежеквартального анализа реализации Кампании:

Проведение еженедельного, ежемесячного и ежеквартального анализа русскоязычного сегмента СМИ обусловлено необходимостью получения данных о представленности объектов Кампании в СМИ, выявлении контекста обсуждения темы охраны труда и сохранения здоровья на работе и иных объектов кампании, а также на разработку оптимального комплекса отслеживаемых и анализируемых объектов мониторинга в рамках реализации Кампании.

Обоснование выбора методов решения задач по НИР в части еженедельного, ежемесячного и ежеквартального анализа реализации Кампании:

Проведение анализа еженедельного, ежемесячного и ежеквартального анализа русскоязычного сегмента СМИ позволит:

- 1) Проанализировать динамику изменения упоминаемости Кампании в СМИ.
- 2) Оценить те или иные площадки с точки зрения дальнейшего проведения информационно-разъяснительной Кампании.
- 3) Выявить ядро авторов, пишущих на тему охраны труда и сохранения здоровья на работе.

2.2. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части объектов анализа (окончательный список Исполнитель согласовывает с Заказчиком):

Обоснование выбора путей решения задач по НИР в части объектов анализа (окончательный список Исполнитель согласовывает с Заказчиком):

Проведение мониторинга и анализа российских федеральных и региональных СМИ обусловлено необходимостью получения своевременных данных о представленности Кампании в СМИ и выявлении ключевых векторов в освещении СМИ темы охраны труда и сохранения здоровья на работе.

Мониторинг и анализ объектов Кампании в СМИ обусловлен необходимостью разработки оптимального комплекса отслеживаемых и анализируемых объектов мониторинга в рамках реализации Кампании.

Обоснование выбора методов решения задач по НИР в части объектов анализа (окончательный список Исполнитель согласовывает с Заказчиком):

Мониторинг и анализ объектов Кампании в СМИ позволит:

- 1) Проанализировать представленность Кампании в СМИ.
- 2) Оценить эффективность достижения целей Кампании.
- 3) Разработать рекомендации по повышению эффективности Кампании.
- 4) Выявить наиболее активные и охватные источники как на федеральном, так и на региональных уровнях.
- 5) Оценить тональность обсуждения исследуемых тем, в том числе с целью дальнейшей корректировки негативных аспектов в освещении.
- 6) Выявить значимые события, которые влияют на общественное восприятие темы.

Предложенный путь и метод позволят в полной мере решить поставленные исследовательские задачи на данном этапе.

Раздел 3. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части разработки методологии изучения регионального сегмента Рунета на предмет выявления интернет-ресурсов, осуществляющих коммуникацию темы охраны труда, а также выявления лучших практик в области освещения темы охраны труда в сети Интернет и их трансляция:

3.1. Обоснование выбора путей решения задач по НИР в части изучения региональных ресурсов исполнительных органов по труду субъектов Российской Федерации (официальных интернет-сайтов региональных органов по труду субъектов Российской Федерации), на предмет выявления глубины и системности в освещении Кампании:

Обоснование выбора путей решения задач по НИР в части изучения региональных ресурсов:

Определение перечня региональных ресурсов исполнительных органов необходимо для формирования базового этапа для отслеживания динамики и результатов Кампании по популяризации охраны труда и сохранения здоровья на работе.

Обоснование выбора методов решения задач по НИР в части изучения региональных ресурсов:
 Определение перечня региональных ресурсов исполнительных органов позволит:

- 1) Иметь опорную информацию для последовательной работы.
- 2) Иметь объективную информацию для анализа.
- 3) Иметь наглядные результаты по результатам проведенных коммуникаций.
- 4) Иметь аналитику для планирования дальнейших подходов.

3.2. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части изучения сайтов крупнейших национальных компаний на предмет наличия коммуникации Кампании.

Обоснование выбора путей решения задач по НИР в части работ по изучению сайтов крупнейших национальных компаний на предмет наличия коммуникации Кампании. Изучение сайтов крупнейших национальных компаний даст возможность провести анализ наличия коммуникаций Кампании на официальных ресурсах крупнейших национальных компаний Российской Федерации.

Обоснование выбора методов решения задач по НИР в части работ по изучению сайтов крупнейших национальных компаний на предмет наличия коммуникации Кампании.
 Работы по изучению сайтов крупнейших национальных компаний позволят:

- 1) Установить наличие упоминаний Кампании в текстах на официальном сайте.
- 2) Определить уровень частоты упоминания Кампании в текстах на официальном сайте.
- 3) Определить характера упоминаний Кампании в текстах на официальном сайте.
- 4) Определить тональность упоминаний Кампании в текстах на официальном сайте.
- 5) Выявить лучшие практики упоминания Кампании в сфере охраны труда.

Полученные данные будут также положены в основу программы повышения эффективности интернет-ресурсов Кампании и эффективности кампании по ее итогам.

3.3. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части изучения регионального сегмента Рунета, на предмет выявления интернет-сайтов, осуществляющих коммуникацию темы охраны труда и релевантных тем (список тем согласовывается дополнительно).

Обоснование выбора путей решения задач по НИР в части работ по изучению регионального сегмента Рунета, на предмет выявления интернет-сайтов, осуществляющих коммуникацию темы охраны труда и релевантных тем

Работы изучению по изучению регионального сегмента Рунета дадут возможность определить короткий список региональных ресурсов по с релевантным контентом, что обусловлено необходимостью работы с ключевыми региональными интернет-сайтами на предмет содействия построению коммуникации Кампании.

Обоснование выбора методов решения задач по НИР в части работ по изучению регионального сегмента Рунета, на предмет выявления интернет-сайтов, осуществляющих коммуникацию темы охраны труда и релевантных тем

Работы по изучению регионального сегмента Рунета, на предмет выявления интернет-сайтов позволят:

- 1) Провести мониторинг наличия региональных интернет-сайтов, осуществляющих коммуникацию по теме охраны труда;
- 2) Провести ранжирование, отбор и формирование короткого списка региональных интернет-сайтов с релевантным уровнем качества контента;

- 3) Провести анализ частоты продвижения темы охраны труда на региональных интернет-сайтах из сформированного короткого списка;
- 4) Провести анализ характера продвижения темы охраны труда на региональных интернет-сайтах из сформированного короткого списка;
- 5) Провести анализ тональности продвижения темы охраны труда на региональных интернет-сайтах из сформированного короткого списка;
- 6) Выявить лучшие практики упоминания охраны труда на региональных интернет-сайтах из сформированного короткого списка.

3.4. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части изучения сообществ в социальных сетях Telegram, Facebook, «ВКонтакте», Instagram, которые активны в настоящее время, посвященных теме Охраны труда и релевантным темам (список тем согласовывается дополнительно).

Обоснование выбора путей решения задач по НИР в части работ по изучению сообществ в социальных сетях Telegram, Facebook, «ВКонтакте», Instagram, которые активны в настоящее время, посвященных теме Охраны труда и релевантным темам (список тем согласовывается дополнительно)

Работы по изучению сообществ в социальных сетях Telegram, Facebook, «ВКонтакте», Instagram, которые активны в настоящее время, посвященных теме Охраны труда и релевантным темам дадут возможность определить короткий список сообществ с релевантным качеством контента, что обусловлено необходимостью работы с ключевыми сообществами на предмет содействия построению коммуникации Кампании.

Обоснование выбора методов решения задач по НИР в части работ по изучению сообществ в социальных сетях Telegram, Facebook, «ВКонтакте», Instagram, которые активны в настоящее время, посвященных теме Охраны труда и релевантным темам (список тем согласовывается дополнительно).

Работы по изучению сообществ в социальных сетях Telegram, Facebook, «ВКонтакте», Instagram позволят:

- 1) Провести мониторинг наличия сообществ в социальных сетях Telegram, Facebook, «ВКонтакте», Instagram, которые активны в настоящее время, посвященных теме Охраны труда и релевантным темам;
- 2) Провести ранжирование, отбор и формирование короткого списка сообществ в социальных сетях Telegram, Facebook, «ВКонтакте», Instagram с релевантным уровнем качества контента, которые активны в настоящее время, посвященных теме Охраны труда и релевантным темам;
- 3) Провести анализ частоты продвижения темы охраны труда в сообществах в социальных сетях Telegram, Facebook, «ВКонтакте», Instagram из сформированного короткого списка;
- 4) Провести анализ характера продвижения темы охраны труда в сообществах Telegram, Facebook, «ВКонтакте», Instagram из сформированного короткого списка;
- 5) Провести анализ тональности продвижения темы охраны труда в сообществах Telegram, Facebook, «ВКонтакте», Instagram из сформированного короткого списка;
- 6) Выявить лучшие практики продвижения темы охраны труда в сообществах Telegram, Facebook, «ВКонтакте», Instagram из сформированного короткого списка.

3.5. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части составления рейтинга коммуникационной активности регионов в контексте Кампании.

Обоснование выбора путей решения задач по НИР в части работ по составлению рейтинга коммуникационной активности регионов в контексте Кампании

Работы по составлению рейтинга коммуникационной активности регионов в контексте Кампании позволят определить потенциал регионов и ранжировать их на предмет возможности вклада регионов в построение коммуникации Кампании.

Обоснование выбора методов решения задач по НИР в части работ по составлению рейтинга коммуникационной активности регионов в контексте Кампании

Работы по составлению рейтинга коммуникационной активности регионов в контексте Кампании позволят:

- 1) Составить единую таблицу регионов, содержащую информацию по наличию региональных интернет-сайтов, осуществляющих коммуникацию по теме охраны труда;
- 2) Выявить регионы, в которых более высокий интерес к теме Охраны труда, а также к тематике и мероприятиям общественно-просветительской кампании.
- 3) Разработать для короткого списка регионов специальные мероприятия по усилению кампании.
- 4) Выявить регионы с наиболее высокой интернет-отдачей по тематике и мероприятиям кампании.
- 5) Разработать для короткого списка регионов коммуникационные проекты более сложного уровня с более высокой результативностью.

3.6. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части проведения вебинаров, транслирующих лучшие коммуникационные практики в сфере охраны труда, для работников служб охраны труда; ответственных руководителей работ с повышенной опасностью; работодателей организаций.

Обоснование выбора путей решения задач по НИР в части работ по проведению вебинаров, транслирующих лучшие коммуникационные практики в сфере охраны труда, для работников служб охраны труда; ответственных руководителей работ с повышенной опасностью; работодателей организации:

Работы по проведению вебинаров, транслирующих лучшие коммуникационные практики в сфере охраны труда, для работников служб охраны труда, ответственных руководителей работ с повышенной опасностью и работодателей организации внесут вклад в построение коммуникации Кампании и будут способствовать популяризации темы Охраны труда.

Обоснование выбора методов решения задач по НИР в части работ по проведению вебинаров, транслирующих лучшие коммуникационные практики в сфере охраны труда, для работников служб охраны труда; ответственных руководителей работ с повышенной опасностью; работодателей организаций:

- 1) Методы сегментации, приоритизации и таргетинга целевых аудиторий позволяют повысить практическую заинтересованность выбранных целевых аудиторий и эффективность трансляции.
- 2) Метод построения сетевых графиков и таймлайн позволяют управлять временем для оптимизации старта серии вебинаров – к моменту готовности методических рекомендаций – и рационального проведения последующих семинаров с учетом внешних мероприятий и годовых циклов событий и проектов.
- 3) Метод визуализации и инфографики позволяет повысить эффективности трансляции информации, в том числе в пост-коммуникации.
- 4) Метод КРІ позволяет повысить мотивированность участников вебинара в скорейшей имплементации в практику полученной информации для повышения эффективности трансляции содержания вебинара.
- 5) Методы рефлексии и обратной связи позволяют включить коллективный разум для повышения эффективности вебинаров.

Раздел 4. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части разработки методических рекомендаций по развитию и совершенствованию проведения Кампании, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе, алгоритма внедрения результатов

Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР

Обоснование выбора инструментария для выявления эффективных решений и лучших практик:

- 1) Выбор инструментов позволит сформировать достоверный массив эффективных решений и лучших практик.
- 2) Предложенный алгоритм позволит оптимально подойти к реализации этапов типологизации массива и корреляции между различными факторами
- 3) Предложенный путь позволит в полной мере решить поставленные исследовательские задачи на данном этапе.

Обоснование метода комплексного анализа информации:

- 1) Позволит получить объемную представленность информации и сводные результаты частных методов анализа – ретроспективного, контент-анализа, метод географии исследования и др.
- 2) Позволит выявить и проанализировать наиболее эффективные механизмы и сложные взаимосвязи между различными факторами и элементами массивов в контексте реализации общественно-просветительской кампании

2.7. Основное практическое назначение и область применения ожидаемых результатов:

- Повышение статуса темы безопасности труда и вывод ее в Национальную повестку;
- Оценка эффективности реализуемой общественно-просветительской кампании с точки зрения высшего национального приоритета – сбережения жизни граждан России;
- Реализация подпрограммы «Безопасный труд» государственной программы «Содействие занятости населения»;
- Повышение культуры безопасности труда в России;
- Модернизация инструментов управления охраной труда на уровне страны, региона, предприятия;
- Продвижение лучших практик и стимулирование работодателей к улучшению условий труда на рабочих местах;
- Популяризации профессии специалистов по охране труда, изменению восприятия роли специалистов по охране труда среди работников компаний и предприятий;
- Реализации государственных задач, связанных с безопасностью труда;
- Усиление внимания целевой аудитории к вопросам безопасности труда;
- Создание эффективной системы коммуникаций по теме охраны и безопасности труда.

2.8. Результаты НИР:

Научный отчет, включающий следующие разделы:

- Методология разработки и реализации стратегии общественно-просветительской кампании в социальных сетях.
- Методология представления и анализа представленности материалов общественно-просветительской кампании в социальных сетях, сводная аналитическая база представленности общественно-просветительской кампании в социальных сетях;

- Методология мониторинга и анализа представленности общественно-просветительской кампании в СМИ, сводная база публикаций и анализ общественно-просветительской кампании в СМИ в 2021 году;
- Методология анализа представленности общественно-просветительской кампании в сети «Интернет» и сводные аналитические данные представленности общественно-просветительской кампании в 2021 году;
- Методология изучения регионального сегмента Рунета на предмет выявления интернет-ресурсов, осуществляющих коммуникацию темы охраны труда, а также выявления лучших практик в области освещения темы охраны труда в сети Интернет и их трансляция;
- Методология разработки методических рекомендаций, методические рекомендации по развитию и совершенствованию проведения общественно - просветительской кампании «Здоровье Ответственность Труд», направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе, алгоритма внедрения результатов.

2.9. Форма представления результатов (отчетной документации):

Отчет по выполнению НИР оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ 7.32-2017 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления», введенным в действие в качестве национального стандарта Российской Федерации с 01 июля 2018 г. приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 24 октября 2017 г. № 1494-ст.

Количество экземпляров отчетной продукции – 2, в том числе 1 экземпляр в соответствии с архивными требованиями (твердый переплет, обложка дела, сквозная нумерация страниц, лист-заверитель).

Электронная версия итогового отчета на магнитном носителе, выполненная в программных средах не ниже уровня WORD 6, на электронном носителе (CD диск) в 2 экземплярах.

2.10. Объем итогового отчета по выполнению НИР:

Отчет, общий объем которого не менее 500 страниц печатного текста формата А4 шрифтом Times New Roman 14-го кегля.

2.11. Основание для выполнения работ:

Перечень научно-исследовательских работ и иных работ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации в области условий и охраны труда на 2021 год в целях осуществления закупки указанных работ в рамках государственной программы Российской Федерации «Содействие занятости населения», утвержденный приказом Минтруда России от 6 мая 2021 г. № 302.

3. Сроки выполнения работ:

Выполнение Работ по Контракту осуществляется в 1 этап.

Начало – с момента заключения государственного контракта;

Окончание, в том числе срок сдачи результатов работ – не позднее 10 декабря 2021 года.

4. Место выполнения работ: по месту нахождения Исполнителя.

5. Место сдачи результатов выполненных работ: 127994, г. Москва, ул. Ильинка, 21.

6. Список исполнителей, участвующих в выполнении НИР:

№ п/п	ФИО	
1.	Ермаков Дмитрий Николаевич	Руководитель
2.	Сидорова Вера Николаевна	Исполнитель
3.	Кузнецова Екатерина Анатольевна	Исполнитель

ЗАКАЗЧИК:

Первый заместитель Министра труда
и социальной защиты Российской Федерации

_____ А.В. Вовченко
М.П.

ИСПОЛНИТЕЛЬ:

Генеральный директор Общества
с ограниченной ответственностью
«Агентство гуманитарных технологий»

_____ И.Ю. Большедворская
М.П.

Приложение № 2 к Контракту
от 20 июля 2021 г. № 01951000003210000130001

**Календарный план
на выполнение научно-исследовательской работы по теме: «Разработка методических рекомендаций по развитию и совершенствованию проведения общественно просветительской кампании «Здоровье, Ответственность, Труд», направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе, алгоритма внедрения результатов»**

Этап	Наименование работ	Срок выполнения работ	Отчетные документы
1.	<p>Выполнение научно-исследовательской работы по теме: «Разработка методических рекомендаций по развитию и совершенствованию проведения общественно просветительской кампании «Здоровье, Ответственность, Труд», направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе, алгоритма внедрения результатов».</p> <p>Состав разделов:</p> <p>Раздел 1. Разработка и реализация стратегии единой экосистемы коммуникаций в социальных сетях для реализации общественно-просветительской кампании в социальных сетях, мониторинг и анализ представленности общественно-просветительской кампании в социальных сетях.</p> <p>Раздел 2. Мониторинг и анализ представленности общественно-просветительской кампании в СМИ. Разработка оптимального комплекса отслеживаемых и анализируемых объектов мониторинга в рамках реализации общественно-просветительской кампании.</p> <p>Раздел 3. Изучение регионального сегмента Рунета на предмет выявления интернет-ресурсов, осуществляющих коммуникацию темы охраны труда, а также выявления лучших практик в области освежения темы охраны труда в сети Интернет и их трансляция.</p> <p>Раздел 4. Разработка методических рекомендаций по развитию и совершенствованию проведения</p>	<p>Начало – с момента заключения государственного контракта.</p> <p>Окончание, в том числе срок сдачи результатов работ – не позднее 10 декабря 2021 года.</p>	<p>Научный отчет, включающий следующие разделы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Методология разработки и реализации стратегии общественно-просветительской кампании в социальных сетях. • Методология представления и анализа представленности материалов общественно-просветительской кампании в социальных сетях, сводная аналитическая база представленности общественно-просветительской кампании в социальных сетях; • Методология мониторинга и анализа представленности общественно-просветительской кампании в СМИ, сводная база публикаций и анализ общественно-просветительской кампании в СМИ в 2021 году; • Методология анализа представленности общественно-просветительской кампании в сети «Интернет» и сводные аналитические данные представленности общественно-просветительской кампании в 2021 году; • Методология изучения регионального сегмента Рунета на предмет выявления интернет-ресурсов, осуществляющих коммуникацию темы охраны труда, а также выявления

	<p>общественно-просветительской кампании «Здоровье, Ответственность, Труд», направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе, алгоритма внедрения результатов.</p>		<p>лучших практик в области освещения темы охраны труда в сети Интернет и их трансляция:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Методология разработки методических рекомендаций, методические рекомендации по развитию и совершенствованию проведения общественно - просветительской кампании «Здоровье Ответственность Труд», направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе, алгоритма внедрения результатов. <p>Отчет по выполнению НИР оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ 7.32-2017 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления», введенным в действие в качестве национального стандарта Российской Федерации с 01 июля 2018 г. приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 24 октября 2017 г. № 1494-ст.</p> <p>Количество экземпляров отчетной продукции – 2, в том числе 1 экземпляр в соответствии с архивными требованиями (твердый переплет, обложка дела, сквозная нумерация страниц, лист-заверитель).</p> <p>Электронная версия итогового отчета на магнитном носителе, выполненная в программных средах не ниже уровня WORD 6, на электронном носителе (CD диск) в 2 экземплярах.</p>
--	--	--	---

ЗАКАЗЧИК:

Первый заместитель Министра труда и социальной защиты Российской Федерации

_____ А.В. Вовченко

М.П.

ИСПОЛНИТЕЛЬ:

Генеральный директор Общества с ограниченной ответственностью «Агентство гуманитарных технологий»

_____ И.Ю. Большедворская

М.П.

Приложение № 3 к Контракту
от 20 июля 2021 г. № 01951000003210000130001

Цена Контракта

Номер этапа исполнения Контракта	Содержание выполняемых работ в соответствии с Календарным планом выполнения работ	Цена работ (руб.), в том числе НДС
1	Выполнение научно-исследовательской работы по теме: «Разработка методических рекомендаций по развитию и совершенствованию проведения общественно - просветительской кампании «Здоровье, Ответственность, Труд», направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе, алгоритма внедрения результатов»	8 759 000 (Восемь миллионов семьсот пятьдесят девять тысяч) рублей 00 копеек.
Итого за 2021 год		8 759 000 (Восемь миллионов семьсот пятьдесят девять тысяч) рублей 00 копеек.
ИТОГО		8 759 000 (Восемь миллионов семьсот пятьдесят девять тысяч) рублей 00 копеек.

ЗАКАЗЧИК:

Первый заместитель Министра труда
и социальной защиты Российской Федерации

_____ А.В. Вовченко

М.П.

ИСПОЛНИТЕЛЬ:

Генеральный директор Общества
с ограниченной ответственностью
«Агентство гуманитарных технологий»

_____ И.Ю. Большедворская

М.П.

Приложение № 4 к Контракту
от 20 июля 2021 г. № 01951000003210000130001

ОБРАЗЕЦ

<p>АКТ сдачи-приемки выполненных работ по Государственному контракту от _____ № _____</p>	
<p>Мы, нижеподписавшиеся, от лица «Исполнителя» _____ с одной стороны и от лица «Заказчика» _____, с другой стороны составили настоящий Акт о том, что выполненные работы удовлетворяют требованиям Государственного контракта и надлежащим образом исполнены.</p>	
<p>Описание выполненных работ (с указанием объема и качества): _____</p>	
<p>Представлены следующие отчетные документы (в соответствии с Государственным контрактом): _____</p>	
<p>На основании раздела 4 Государственного контракта экспертиза выполненных работ проведена Заказчиком (указывается в случае проведения экспертизы силами Заказчика).</p>	
<p>Цена Государственного контракта составляет _____ (_____) рублей (сумма цифрами) (сумма прописью) Следует к перечислению _____ (_____) рублей в (сумма цифрами) (сумма прописью) соответствии с условиями Государственного контракта.</p>	
<p>Размер неустойки (штрафа, пени), подлежащих взысканию _____</p>	
<p>Основания применения и порядок расчета неустойки (штрафа, пени) определяются в соответствии с разделом 7 Государственного контракта _____</p>	
<p>Итоговая сумма, подлежащая оплате _____</p>	
<p>Работы сдал: От Исполнителя _____ (подпись) М.П. «__» _____ 20__ г.</p>	<p>Работы принял: От Заказчика _____ (подпись) М.П. «__» _____ 20__ г.</p>

ЗАКАЗЧИК:

Первый заместитель Министра труда
и социальной защиты Российской Федерации

_____ А.В. Вовченко
М.П.

ИСПОЛНИТЕЛЬ:

Генеральный директор Общества
с ограниченной ответственностью
«Агентство гуманитарных технологий»

_____ И.Ю. Большедворская
М.П.

Приложение № 5 к Контракту
от 20 июля 2021 г. № 01951000003210000130001

ОБРАЗЕЦ

АКТ СВЕРКИ РАСЧЕТОВ			
и _____			
(Государственный контракт от _____ № _____)			
Сальдо на _____		Раздел _____	
(дата) (сумма)			
Наименование Заказчика		Наименование Исполнителя	
№ платежных поручений	Сумма, руб.	№ акта, дата	Сумма, руб.
Итого:			
Сальдо на _____		_____	
(дата) (сумма)			
В пользу _____			
Заказчик		Исполнитель	
_____	_____	_____	_____
(подпись)	(расшифровка подписи)	(подпись)	(расшифровка подписи)
Главный бухгалтер		Главный бухгалтер	
_____	_____	_____	_____
(подпись)	(расшифровка подписи)	(подпись)	(расшифровка подписи)

ЗАКАЗЧИК:

Первый заместитель Министра труда
и социальной защиты Российской Федерации

_____ А.В. Вовченко
М.П.

ИСПОЛНИТЕЛЬ:

Генеральный директор Общества
с ограниченной ответственностью
«Агентство гуманитарных технологий»

_____ И.Ю. Большедворская
М.П.